


ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления


Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) рассмотрела возражение, поступившее 15.05.2023, поданное ООО «Много лосося», Москва (далее - лицо, подавшее возражение) против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 916492, при этом установила следующее.

Оспариваемый комбинированный товарный знак «  **МОРСЕ ЛОСОСЯ** » по заявке № 2022769430 с приоритетом от 29.09.2022 зарегистрирован 12.01.2023 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 916492 на имя Толстова Вячеслава Михайловича, 125239, г. Москва, ул. Новопетровская, д. 14, кв. 66 (далее – правообладатель) в отношении услуг 43 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в цветовом сочетании: «темно-зеленый, оранжевый, бежевый». Срок действия регистрации – до 29.09.2032 г.

В поступившем 15.05.2023 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 916492 оспариваемого товарного знака (1) произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 (1), 6 (2) статьи 1483 Кодекса. Доводы возражения сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является заинтересованным в подаче настоящего возражения ввиду того, что является правообладателем сходного до степени



смешения товарного знака «  » (2) по свидетельству № 858348 с приоритетом от 31.12.2020, зарегистрированного в отношении однородных услуг 43 класса МКТУ и используемого в коммерческом обороте для индивидуализации услуг 43 класса МКТУ в сфере общественного питания (сайт <https://mnogolososya.ru/> о доставке готовых блюд посредством заказов, суши пойнты в крупнейшей продуктовой торговой сети «Перекресток» (<https://www.perekrestok.ru/cat/b/41421/mnogo-lososa>). Кроме того, существует и отдельный ресторан «Много лосося» по адресу: г. Москва, ул. Красина, 9, стр. 1. В этой связи, регистрация товарного знака «Море лосося» и его использование в аналогичной сфере услуг, ведет к смешению обозначений на рынке;

- сходство сравниваемых товарных знаков (1) и (2) обусловлено фонетическим сходством словесных элементов «МОРЕ ЛОСОСЯ» и «МНОГО ЛОСОСЯ». При этом они сходны по ритмике, звучанию, составу букв. Центральное место в обоих обозначениях занимает слово «Лосось», а первые слова являются сходными по составу букв и их прочтению (наличие буквы «М» в начале слова, одинаковое количество слогов в словах);

- словесные элементы с точки зрения их расположения совпадают. На первом месте созвучные слова «МОРЕ» и «МНОГО», на втором месте одинаковое слово «ЛОСОСЬ». Логическое ударение падает именно на совпадающее слово «ЛОСОСЬ»;

- на слово «лосось» в сравниваемых товарных знаках (1) и (2) падает основное логическое и смысловое ударение для потребителя. Дополнительно каждый из сравниваемых товарных знаков имеет индивидуализирующее слово, которое еще больше усиливает сходное заложенное смысловое значение для потребителя. Так, в одном случае речь идет о слове «Много» - количественное значение (в большом количестве). В другом случае, присутствует слово «Море» - которое также означает большое количество чего-нибудь (например, «Море слов», «Море слез», «Море вина»). С учетом вышеизложенного, сравниваемые обозначения «Море лосося» и «Много лосося» с точки зрения семантики полностью совпадают по значению - много лосося, большое количество лосося. Применительно к услугам 43 класса

очевидны стойкие ассоциации для потребителя услуг как описание ресторана / кафе / бара, которые специализируются на рыбных блюдах, суши и других подобных блюдах;

- визуальное сходство определяется используемым сходным стилем. Так, в левой части присутствует изобразительный элемент, выполненный в оранжево-белой цветовой гамме. Форма изобразительных элементов с точки зрения зрительного восприятия также совпадает за счет ее скругленной формы. В правой части обозначений, сбоку от изобразительного элемента, присутствует словесный элемент;

- однородность сравниваемых услуг 43 класса МКТУ является крайне высокой, поскольку полностью совпадает перечень сравниваемых услуг;

- высокая степень однородности увеличивает вероятность смешения обозначений в обороте (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»);

- противопоставленный товарный знак (2) является известным для потребителей, в том числе за счет открытия «open kitchen» (формат открытых кухонь) сети «Много лосося» в крупнейшей торговой сети «Перекресток». Так, на сегодняшний день открыто 260 точек «open kitchen» в супермаркетах «Перекресток», число которых увеличится к концу года до 300. Сегодня corner «Много лосося» представлены в супермаркетах «Перекресток» Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Самары, Сочи, Мурманска, Волгограда, Нижнего Новгорода, Казани, Воронежа, Тюмени и Сургута;

- сеть активно развивает доставку продуктов посредством интернет-сайта <https://mnogolososya.ru/> и мобильных приложений для AppStore;

- товарный знак (2) широко упоминается в средствах массовой информации, что также позволяет говорить о доведении обозначения до широкого потребителя (<https://www.retail.ru/news/mnogo-lososya-za-dva-goda-set-otkryla-260-open-kitchen-po-vsey-rossii-28-aprelya-2023-228358/>; [https://shopandmall.ru/news/set-mnogo-lososa-uvelichitsa-do-300-tocek-do-konca-2023-goda](https://shopandmall.ru/news/set-mnogo-lososa-uvelichitsa-do-300-tocek-do-konca-2023-goda;); <https://www.kommersant.ru/doc/5678681> и т.д.);

- доведению словесной части товарного знака «Много лосося» (2) до потребителя, в том числе способствует его использование в фирменном наименовании лица, подавшего возражение - ООО «Много лосося»;
- известность обозначения «Много лосося» непосредственно влияет сходство до степени смешения с оспариваемым товарным знаком (1);
- в результате активного и интенсивного использования обозначения «Много лосося» у потребителей возникает стойкая ассоциативная связь между лицом, подавшим возражение, и услугами 43 класса МКТУ;
- широкая известность обозначения «Много лосося» и ассоциации потребителей в 43 классе МКТУ конкретно с лицом, подавшим возражение, подтверждены ранее принятым решением Роспатента по государственной регистрации обозначения «Много лосося» в 35 и 43 классах МКТУ от 28.12.2021 г.;
- коллегия палаты по патентным спорам установила, что словесный элемент «Много лосося» в составе товарного знака (2) использовался именно ООО «Много лосося» ранее даты подачи рассматриваемой заявки, для индивидуализации оказываемых им ресторанных услуг в рамках деятельности сети ресторанов «Много лосося», в том числе по доставке продуктов покупателям. В результате чего, данный словесный элемент приобрел еще и дополнительную различительную способность в отношении услуг 35 и 43 классов МКТУ в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 916492 в отношении всех услуг 43 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В подтверждение своих доводов с возражением были представлены следующие документы:

- скриншоты с официального сайта «Много Лосося» - (3);
- скриншот со страницы «Много Лосося» на официальном сайте «Перекрестка» - (4);
- информация о ресторане «Много Лосося» - (5);
- официальные приложения «Много Лосося» для AppStore и GooglePlay - (6);
- информация об открытых точках «Много Лосося» с сайта retail.ru - (7);

- новость о доведении точек «Много Лосося» до 300 - (8);
- новость об открытии точек «Много Лосося» в Казани - (9);
- новость о благотворительном проекте «Много Лосося» - (10);
- новость об объединении X5 Group и «Много Лосося» - (11).

Уведомленный надлежащим образом, правообладатель товарного знака по свидетельству № 916492 представил по мотивам возражения отзыв, основные доводы которого сведены к следующему:

- сравниваемые товарные знаки (1) и (2) имеют существенные различия по всем трём критериям сходства;
- по звучанию товарные знаки (1) и (2) отличаются в целое слово: "МОРЕ" и "Много". При прочтении в первую очередь потребитель видит слова "МОРЕ" (4 буквы) и "Много" (5 букв), которые несомненно сильнее влияют на общее восприятие, так как стоят в начале. Слова "МОРЕ" и "Много" обладают абсолютно разным звуковым составом, разным количеством букв и звуков. Совпадение в первую букву не является ключевым, так как в остальном составе буквы не совпадают;
- для услуг 43 класса МКТУ использование в названии товарного знака слова



"лосось" является частым: « ДОМ ЛОСОСЯ » по свидетельству № 797748; « » по свидетельству № 907089, « ДИКИЙ ЛОСОСЬ » по свидетельству № 717352, « Нежный Лосось » по свидетельству № 908530, « БЕШЕНЫЙ ЛОСОСЬ » по свидетельству



№ 726437, « » по свидетельству № 631047) и т.д.;

- изобразительные элементы (1) и (2) в сравниваемых товарных знаках не совпадают ни по форме, ни по заложенной идее и т.п. Правообладатель также обращает внимание на разное шрифтовое исполнение словесных элементов сравниваемых товарных знаков;

- исходя из семантики словосочетания «Много лосося» смысловое значение противопоставленного товарного знака (2) воспринимается как «лосось в большом количестве»;
- в возражении указано выгодное переносное значение слова «море». Слово «море» в прямом значении понимается как один из видов водоема и водной поверхности. Словосочетание «Море лосося» будет восприниматься потребителем в семантике «море, принадлежащее лосося», «море, в котором обитает лосось», что свидетельствует об отсутствии семантического сходства между сравниваемыми знаками;
- оспариваемый знак (1) не вводит потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги;
- в возражении указано на известность и широкое использование противопоставленного товарного знака (2). Однако, правообладатель оспариваемого знака (1) также активно развивает свой бренд. Существует сайт ресторана японской кухни «МОРЕ ЛОСОСЯ» <https://morelososya.ru/>, на котором осуществляется доставка пищевых продуктов и напитков. В Москве и Московской области также действуют три суши-бара «МОРЕ ЛОСОСЯ». Правообладателю принадлежит мобильное приложение по доставке с аналогичным названием;
- на разных Интернет-ресурсах заведение правообладателя получает многочисленные отзывы и оценки (Google.Карты, В Контакте и т.д.);
- незарегистрированный лицензиат правообладателя ООО «Веста А» по договору от 17.04.2023 реализовывает услуги по доставке еды на сервисе Яндекс.Еда, в службах доставки Маркет Деливери, Сбермаркете, Broniboy;
- введение потребителей в заблуждение лицом, подавшим возражение, не доказано.

В подтверждение своих доводов правообладателем представлены следующие документы:

- скриншоты с официального сайта "МОРЕ ЛОСОСЯ" - (12);
- скриншоты приложения "МОРЕ ЛОСОСЯ" - (13);
- скриншот с 2ГИС - (14);
- скриншот с Яндекс.Карты - (15);
- скриншот с Google. Карты - (16);

- скриншот группы VK "МОРЕ ЛОСОСЯ" - (17);
- лицензионный договор о предоставлении права использования товарного знака "МОРЕ ЛОСОСЯ" с документами, подтверждающими платежи по договору - (18);
- скриншот из Яндекс.Еды Карты - (19);
- скриншот из "Маркет Деливери" - (20);
- скриншот из "Сбермаркет" - (21);
- скриншот из "Broniboy" - (22).

В соответствии с пунктом 2 (1) статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение пяти лет со дня публикации сведений о государственной регистрации товарного знака в официальном бюллетене (статья 1506), если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 6, 7 и 10 статьи 1483 настоящего Кодекса. Публикация сведений о предоставлении правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 916492 в отношении услуг, указанных в перечне свидетельства, была осуществлена 12.01.2023 г. Подача возражения произведена 15.05.2023 с соблюдением пятилетнего срока со дня публикации сведений о предоставлении правовой охраны оспариваемому товарному знаку на территории Российской Федерации в официальном бюллетене.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 15.05.2023, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (29.09.2022) оспариваемого товарного знака по свидетельству № 916492 (1) правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно требованиям пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется

значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.


Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены,

взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.


Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Оспариваемый товарный знак « МОРЕ ЛОСОСЯ» по свидетельству № 916492 (приоритет от 29.09.2022 г.) является комбинированным, словесный элемент «МОРЕ ЛОСОСЯ» выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита в одну строку. Правовая охрана оспариваемому товарному знаку (1) предоставлена в отношении услуг 43 класса МКТУ *«аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда кухонных раковин; закусовые; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов ваюку; услуги ресторанов лапиши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых»* В цветовом сочетании: «темно-зеленый, оранжевый, бежевый». Срок действия регистрации – до 29.09.2032 г.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом. Наличие исключительного права на противопоставленный товарный знак (2) у лица, подавшего возражение, свидетельствует о его заинтересованности в подаче настоящего возражения по основаниям, предусмотренным пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса. Также согласно материалам возражения лицо, подавшее возражение, осуществляет деятельность по доставке продуктов питания и услуги в области общественного питания, при маркировке которых используется товарный знак (2). Изложенные обстоятельства

по своей совокупности свидетельствуют о заинтересованности лица, подавшего возражение, в его подаче по основаниям, приведенным в возражении.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака по свидетельству № 916492 (1) требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Противопоставленный товарный знак « Много лосося» (2) по свидетельству № 858348 с приоритетом от 31.12.2020 является комбинированным. Правовая охрана данного товарного знака (2) действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ, указанных в свидетельстве, в цветовом сочетании: «белый, оранжевый, черный».

Сравнительный анализ сходства оспариваемого товарного знака (1) и противопоставленного товарного знака (2) показал следующее.

Действительно, в сравниваемые товарные знаки полностью входит словесный элемент «лосося». Вместе с тем, вхождение в сравниваемые знаки слов «много» и «море», с которых начинается их произношение, приносят разные звуковые оттенки, что свидетельствуют об отсутствии фонетического сходства сравниваемых товарных знаков.

Сопоставительный анализ сравниваемых словесных товарных знаков по семантическому критерию сходства показал следующее. Действительно, слово «море» имеет переносное значение: «огромное количество, чрезвычайное обилие чего-либо» (см., например, электронный словарь: <https://kartaslov.ru/значение-слова/море>). Вместе с тем, основными и первостепенными лексическими значениями слова «море» являются определения, связанные с водным пространством:

- часть Мирового океана, более или менее обособленная сушей или возвышенностями подводного рельефа; часть Мирового океана - большое водное пространство, ограниченное с одной или нескольких сторон сушей и отделяемое от самого океана островами или возвышенностями подводного рельефа; очень большое озеро или большой искусственный водоём. См. электронные словари: <https://kartaslov.ru/значение-слова/море>; <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/33982/море>.

Таким образом, словесный элемент «Море лосося» будет восприниматься как «водное пространство с лососем» или «море, где обитает лосось». Смысловое значение словесного элемента «Много лосося» противопоставленного товарного знака (2) - это «большое количество лосося, как определенного сорта рыбы, то есть ее количественная характеристика». Следовательно, в сравниваемые товарные знаки заложены разные смысловые образы.

Кроме того, коллегией также принято во внимание, что оспариваемые услуги 43 класса МКТУ представляют собой услуги предприятий общественного питания, для маркировки которых использование в названии товарных знаков слова "лосось"



является частым: «**ДОМ ЛОСОСЯ**» по свидетельству № 797748, правообладатель:



ООО "Дом Лосося", г. Петропавловск-Камчатский; «

№ 907089, правообладатель: Буран Арсений Михайлович, г. Нижний Новгород;

«**ДИКИЙ ЛОСОСЬ**» по свидетельству № 717352, правообладатель: Ларин Максим

Владиславович, Тверская область, дер. Выбор; «**Нежный Лосось**» по свидетельству

№ 908530, правообладатель: ООО "СУШИ ПРЕМИУМ", г. Санкт-Петербург;

«**БЕШЕНЫЙ ЛОСОСЬ**» по свидетельству № 726437, правообладатель: Дзебаев Асланбек



Мухадиевич, Чеченская республика, г. Грозный; «

№ 631047, правообладатель: ООО "Звездный дом", г. Владимир. Таким образом,

присутствие элемента "лосось" в товарных знаках, предназначенных для

индивидуализации услуг предприятий общественного питания, не является

оригинальным.

В сравниваемых товарных знаках словесные элементы «Море лосося» и «Много лосося» выполнены в разном шрифтовом исполнении буквами русского

алфавита. Изобразительные элементы  (1) и  (2) сравниваемых товарных

знаков, несмотря на присутствие в них оранжево-белых цветовых сочетаний, имеют разное общее зрительное впечатление. Так, в знаке (1) присутствует стилизованное

изображение рыбы и волнообразных линий на фоне стилизованной окружности, в то время как в товарном знаке (2) слово «лосося» разделено на трех уровнях в виде трех слогов, которые расположены на фоне четырехугольной фигуры со скругленными углами. Указанное свидетельствует о разном зрительном впечатлении, которое производят сравниваемые знаки и отсутствие их сходства по графическому критерию.

С учетом изложенного, ввиду фонетических, семантических, графических различий оспариваемого товарного знака (1) и товарного знака (2) коллегия пришла к выводу о том, что сравниваемые товарные знаки не ассоциируются друг с другом в целом.

В отношении однородности сравниваемых услуг 43 класса МКТУ коллегия отмечает следующее.

Оспариваемые услуги 43 класса МКТУ *«закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; услуги баров; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов ваюоку; услуги ресторанов лапиши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых»* представляют собой услуги в области общественного питания и сопровождающие их в гражданском обороте услуги 43 класса МКТУ *«аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда кухонных раковин; информация и консультации по вопросам приготовления пици; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]»*. В связи с чем, указанные оспариваемые услуги 43 класса МКТУ идентичны по отношению к услугам 43 класса МКТУ *«закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пици; кафе; кафетерии; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; столовые на производстве и в учебных заведениях; украшение еды; украшение тортов; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов ваюоку; услуги ресторанов лапиши "удон" и "соба"; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками»* противопоставленного товарного знака (2), либо они соотносятся как род (вид), при этом имеют общее назначение (для общественного питания), общий круг потребителей (посетители кафе, ресторанов, люди, пользующиеся услугами

предприятий общественного питания), обладают совместной встречаемостью в гражданском обороте, относятся к одинаковому сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Однородность сравниваемых услуг 43 класса МКТУ правообладателем не оспаривается.

Учитывая отсутствие сходства, однородные услуги 43 класса МКТУ, маркированные сравниваемыми товарными знаками, не будут смешиваться в гражданском обороте, и у потребителя не возникнет представления о принадлежности сравниваемых услуг одному производителю.

Кроме того, коллегия отмечает следующее. При определении вероятности смешения также могут учитываться представленные лицами, участвующими в деле, доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации"). Лицом, подавшим возражение, представлены документы (3-11), представляющие собой сведения из сети Интернет о деятельности лица, подавшего возражение, использующего противопоставленный товарный знак (2) для индивидуализации услуг общественного питания. Правообладателем также представлены материалы (12-22) по его аналогичной деятельности с использованием оспариваемого товарного знака (1). Вместе с тем, из имеющихся в деле документов по деятельности сторон спора коллегия не располагает какими-либо доказательствами фактического смешения сравниваемых средств индивидуализации.

Таким образом, у коллегии нет оснований считать, что регистрация оспариваемого товарного знака (1) по свидетельству № 916492 произведена в нарушение требований, регламентированных пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака (1) требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Документы (3-11) представляют собой скриншоты сети Интернет, согласно которым проект «Много лосося» лица, подавшего возражение, появился в конце марта-апреля 2021 года и касается предоставления услуг в области общественного питания, в том числе по доставке суши, пиццы и роллов и т.п. Проект был

представлен в Санкт-Петербурге, Москве, Самаре, Сочи, Екатеринбурге, Мурманске, Волгограде, Нижнем Новгороде, Казани, Воронеже, Тюмени и Сургуте. За два года «open kitchen Много лосося» в супермаркетах «Перекресток» реализовали 2 295 633 ролла, 1 145 384 пиццы и 1 140 000 штук шаурмы. Вместе с тем, каких-либо иных фактических доказательств рекламы и объемов в отношении оказанных услуг материалы возражения не содержат.

Из имеющихся в деле материалов не представляется возможным прийти к выводу, что в результате деятельности лица, подавшего возражение, у потребителя сложилась устойчивая ассоциативная связь услуг 43 класса МКТУ с лицом, подавшим возражение. При этом, мнения потребителей о восприятии оспариваемого товарного знака (1) по свидетельству № 916492 (социологические исследования, опросы) материалы дела не содержат. Часть документов (3-11) датирована позднее даты приоритета оспариваемого товарного знака (1) и не может быть учтена в рамках рассматриваемого возражения. Также из представленных документов (3-11) не следует, что у потребителей сложилось недостоверное представление относительно лица, оказывающего услуги 43 класса МКТУ.

Кроме того, анализ документов (3-22) показал, что сторонами спора осуществляется деятельность в области предоставления услуг общественного питания, доставки еды с использованием сравниваемых средств индивидуализации - товарных знаков (1) и (2). При этом, не представляется возможным прийти к выводу о том, что в результате этой деятельности товарные знаки (1) и (2) смешивались в глазах потребителей и они могли быть отнесены к одному и тому же источнику происхождения, а именно, лицу, подавшему возражение.

В связи с изложенным, коллегия не усматривает противоречия оспариваемой регистрации товарного знака по свидетельству № 916492 (1) требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 15.05.2023, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 916492.