

**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) [далее – Правила ППС], рассмотрела возражение, поступившее 13.09.2024, поданное ООО «Холдинговая компания «Бизнесинвестгрупп», Республика Башкортостан, г. Уфа (далее - лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 896603, при этом установила следующее.



Оспариваемый товарный знак « ЦАРСКИЙ РАК » по заявке № 2021758003 с приоритетом от 10.09.2021 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 896603 на имя КАРТУХОВА СЕРГЕЯ ЕВГЕНЬЕВИЧА, Ростовская область, Сальский р-н, г. Сальск [далее - правообладатель] в отношении товаров 29, 31, услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в цветовом сочетании: «красный, черный». Срок действия регистрации до 10.09.2031 г.

В поступившем 13.09.2024 возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 896603 оспариваемого товарного знака [1] произведена в нарушение требований, установленных пунктами 1, 3 (1), 6 (2), 10 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, поступившего 13.09.2024, сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является обладателем исключительного права на товарный знак: «**ЦАРСКИЙ**» [2] по свидетельству № 871943 с приоритетом от 12.08.2020 в отношении товаров 29, услуг 35 классов МКТУ, являющихся однородными товарами 29, 31, услугам 35 классов МКТУ оспариваемого товарного знака [1];
- словесный элемент «РАК» оспариваемого знака [1] является слабым, а сильным элементом указанного элемента является словесный элемент «ЦАРСКИЙ»;
- проверка соответствия оспариваемого знака [1] может быть осуществлена исходя из степени сходства элемента «ЦАРСКИЙ» оспариваемого знака [1] с противопоставленным знаком «ЦАРСКИЙ» [2];
- лицом, подавшим возражение, приведены ссылки на судебные акты (СИП-475/2022, СИП-661/2021, СИП-591/2020, СИП-410/2023, СИП-871/2020 и т.д.), а также на действующее законодательство;
- словесный элемент «РАК» не обладает различительной способностью, характеризует товары (услуги), в отношении которых зарегистрирован оспариваемый знак [1], а поскольку данный словесный элемент не указан в качестве неохраняемого элемента, то регистрация оспариваемого знака не соответствует пункту 1 статьи 1483 Кодекса;
- изначально по заявке на регистрацию товарного знака № 2021758003, на основании которой зарегистрирован оспариваемый знак [1], испрашивалась правовая охрана в отношении широкого перечня товаров и услуг, однако, в ходе экспертизы заявленного обозначения установлено, что заявленное обозначение в отношении иных товаров, кроме раков, будет вводить потребителя в заблуждение. Между тем, регистрация оспариваемого знака [1] в отношении услуг 35 класса МКТУ, не связанных с продажей раков, противоречит пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса, поскольку в отношении таких услуг оспариваемый знак [1] способен ввести потребителя в заблуждение;
- товары 31 класса МКТУ «раки неживые; ракообразные неживые», 29 класса МКТУ «раки живые; ракообразные живые» оспариваемого знака [1] являются идентичными или

близкими к идентичности с товарами 29 класса МКТУ «раки неживые; ракообразные неживые» противопоставленного знака [2]. Указанные в возражении услуги 35 класса МКТУ оспариваемого знака [1] являются идентичными или имеют высокую степень однородности по отношению к услугам 35 класса МКТУ противопоставленного знака [2];

- предоставление правовой охраны товарному знаку [1] противоречит требованиям пунктов 6 (2), 10 статьи 1483 Кодекса ввиду сходства до степени смешения с противопоставленным знаком [2].

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 896603 в отношении всех товаров 29, 31 классов МКТУ и услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; посредничество коммерческое; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня вебсайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиши; распространение образцов;

распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги рекламные /услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]».

Правообладателем был представлен отзыв, основные доводы которого сведены к следующему:

- оспариваемый товарный знак [1] представляет собой фантастическое словосочетание «ЦАРСКИЙ РАК», отсутствующее в словарях русского языка. Данные слова не могут рассматриваться по отдельности, так как являются взаимосвязанными. Словосочетание «ЦАРСКИЙ РАК» является фантастическим, так как такого вида раков не существует в природе;
- нет в словарях, либо других источниках описания словосочетания / термина «царский рак», он не приводится в терминологических словарях и специализированной литературе. Как понять, что рак царский или не царский? Он с короной или с мантией? Словарь синонимов предлагает следующие варианты: благородный, ценный, императорский, богатый;
- слово «царский» описывает как принадлежность к монаршей власти, так и качество, связанное с богатством и роскошью. Очевидно, что словосочетание «ЦАРСКИЙ РАК» является фантастическим и его составляют полисемантические слова;
- трактовать словосочетание «царский рак» можно как - невероятный, превосходящий все ожидания по сравнению с другими ракообразными (величественное Созвездие Рака или Рак, возглавляющий всех остальных раков). Представляется, что среднестатистический потребитель не будет рассматривать слова «ЦАРСКИЙ» и «РАК» по отдельности;

- правообладателем приведены сведения из правоприменительной практики (например, дела №№ СИП-176/2021, СИП-144/2015, СИП-585/2021, СИП-645/2019, СИП-1348/2023 и т.п.);
- правообладателем приведены выдержки из действующего законодательства, регулирующего правовую охрану товарных знаков;
- оспариваемый товарный знак [1] соответствует требованиям пунктов 1 и 3 (1) статьи 1483 Кодекса. Такого товара, как «ЦАРСКИЙ РАК», не существует. Словосочетание товарного знака является фантазийным и, следовательно, не может ввести в заблуждение относительно услуг 35 класса МКТУ;
- в отзыве приведены сведения из Госреестра в отношении разных товарных знаков:



» по свидетельству № 861154, «



» по свидетельству



№ 978894, «

» по свидетельству № 430841 и т.д.;

- сравниваемые знаки [1] и [2] имеют фонетические (2 слова / 1 слово, слово «ЦАРСКИЙ» является зависимым от слова «РАК», соответственно, слово «ЦАРСКИЙ» не может нести самостоятельную смысловую нагрузку в знаке [1]) и графические (разная внешняя форма, разный цвет) отличия;
- семантические различия заключаются в следующем. Противопоставленный знак [2] представляет собой прилагательное «ЦАРСКИЙ» и будет воспринят потребителем как то, что относится к собственности царя или царицы. Оспариваемый знак [1] состоит из двух взаимосвязанных слов, выполненных в оригинальном шрифте и образующих семантически согласованное словосочетание, означает рака (то ли животное, то ли созвездие), который является невероятным, превосходящим все ожидания по сравнению с другими;
- господин Ибатуллин А.В., возглавляющий лицо, подавшее возражение, известен своими массовыми исками о защите прав на товарные знаки и об их досрочном прекращении. Об этом свидетельствуют не только судебные дела, но и

многочисленные публикации в СМИ. Доказательств использования противопоставленного знака [2] не представлено;

- фактов столкновения товаров сторон спора или восприятия потребителем товаров правообладателя товарного знака за товары лица, подавшего возражение, или его лицензиата в возражении не приводится;

- лицо, подавшее возражение, не использует противопоставленный знак [2] и занимается регистрацией товарных знаков и судебной практикой по прекращению действия других товарных знаков;

- прилагательное «царский / царская» входит в большое количество товарных знаков, принадлежащих разным лицам (примеры перечислены). Различительная способность словесного элемента «Царский» ослаблена и основную индивидуализирующую функцию в товарных знаках, содержащих в своем составе прилагательное «царский/царская», несет в себе непосредственно существительное;

- в отзыве приведена практика по рассмотрению возражений, поданных от имени ООО «Холдинговая компания «Бизнесинвестгрупп», в отношении товарных знаков, содержащих прилагательное «царские» / «царский» и т.п. По возражениям были приняты решения Роспатентом об отказе в удовлетворении возражений;

- вхождение слова «ЦАРСКИЙ» в фантазийное словосочетание «ЦАРСКИЙ РАК» не может быть квалифицировано в качестве самостоятельного и независимого элемента спорного товарного знака [1], сходство которого привело бы к несоответствию регистрации требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Учитывая вышеизложенное, правообладатель просит оставить в силе правовую охрану оспариваемого товарного знака [1].

В материалах административного дела каких-либо пояснений от лица, подавшего возражение, на отзыв правообладателя не поступало. Уведомленное надлежащим образом лицо, подавшее возражение, на заседании коллегии отсутствовало. В соответствии с пунктом 41 Правил ППС неявка сторон спора, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания. Таким образом, заседание коллегии по рассмотрению возражения против предоставления правовой

охраны товарному знаку [1] было проведено в отсутствие надлежаще уведомленного лица, подавшего возражение.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, поступившего 13.09.2024, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (10.09.2021) оспариваемого товарного знака [1], правовая база для оценки его охраноспособности включает 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 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;

2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшиими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;
- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;
- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации

товаров, маркированных заявлением обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявлении обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявлением обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

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.

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 настоящей статьи.

Государственная регистрация в качестве товарных знаков таких обозначений допускается при наличии соответствующего согласия, предусмотренного пунктом 6 и подпунктами 1 и 2 пункта 9 настоящей статьи.

В соответствии с пунктом 49 Правил на основании пункта 10 статьи 1483 Кодекса устанавливается, не содержит ли заявленное обозначение элементы, являющиеся охраняемыми в соответствии с Кодексом товарными знаками других лиц и наименованиями мест происхождения товаров, сходными с ними до степени смешения обозначениями, а также промышленные образцы, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.

Согласно требованиям пункта 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

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 « ЦАРСКИЙ РАК » [1] по свидетельству № 896603 (приоритет от 10.09.2021) представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из словесных элементов «ЦАРСКИЙ РАК» и стилизованного изображения клешней. Правовая охрана товарного знака [1] действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 29, 31, услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в цветовом сочетании: «красный, черный». Срок действия регистрации до 10.09.2031 г.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом. Лицом, заинтересованным в прекращении правовой охраны товарного знака может быть признано лицо, чьи права и законные интересы затрагиваются фактом наличия правовой охраны соответствующего товарного знака.

На дату рассмотрения настоящего возражения по существу лицу, подавшему возражение, принадлежало исключительное право на противопоставленный товарный знак [2]. Вместе с тем, согласно данным Госреестра исключительное право на противопоставленный товарный знак [2] было передано Ибатуллиной Гульназ Равильевне, 450009, Республика Башкортостан, г. Уфа, Проспект Октября, 25/1, кв. 59 (дата и номер государственной регистрации договора: 21.03.2025 г. РД0498470, дата внесения записи в Госреестр: 21.03.2025 г.). Данное обстоятельство свидетельствует об отсутствии заинтересованности ООО «Холдинговая компания «Бизнесинвестгрупп» в подаче настоящего возражения по основаниям пунктов 6 (2), 10 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, лицо, подавшее возражение, утверждает, что словесный элемент «РАК» не обладает различительной способностью, характеризует товары (услуги), при этом регистрация оспариваемого знака [1] в отношении услуг 35 класса МКТУ, не связанных с продажей раков, способна ввести потребителей в заблуждение. Однако, лицом, подавшим возражение, не представлены документы, свидетельствующие о ведении им хозяйственной деятельности под спорным

обозначением в отношении производства, реализации ракообразных. Документов, поясняющих, каким образом наличие элемента «РАК» в оспариваемом товарном знаке [1] препятствует осуществлению хозяйственной деятельности лица, подавшего возражение, в материалах дела не имеется. Таким образом, коллегия не усматривает заинтересованность лица, подавшего возражение, в подаче настоящего возражения по основаниям, предусмотренным пунктами 1, 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Необходимо указать, что Постановлением Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 14503/10 от 01.03.2011 определено, что, исследовав доказательства, представленные в обоснование заинтересованности, и установив ее отсутствие, Роспатент вправе отказать в прекращении правовой охраны знака. Отсутствие заинтересованности в оспаривании товарного знака [1] является самостоятельным основанием для отказа в удовлетворении возражения, поступившего 13.09.2024 г.

Публикация сведений о предоставлении правовой охраны товарному знаку [1] в отношении всех товаров и услуг, указанных в перечне свидетельства, была осуществлена 05.10.2022 г. Подача возражения произведена 13.09.2024 с соблюдением пятилетнего срока со дня публикации сведений о предоставлении правовой охраны оспариваемому товарному знаку [1] на территории Российской Федерации в официальном бюллетене.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака [1] требованиям пунктов 1, 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В возражении указано, что словесный элемент «РАК» не обладает различительной способностью, характеризует товары (услуги), в отношении которых зарегистрирован оспариваемый знак [1].

Действительно, слово «РАК» представляет собой указание на конкретный вид товаров 29, 31 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Вместе с тем, словесный элемент «РАК» выполнен одинаковым оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита с прилагательным «ЦАРСКИЙ» и воспринимается как собирательный образ величественного рака, возможно

сказочного персонажа или созвездия. Кроме того, такого характеризующего понятия как «ЦАРСКИЙ РАК» в области производства товаров 29, 31 классов МКТУ, либо оказания оспариваемых услуг 35 класса МКТУ, связанных с торговлей, рекламой, бизнесом, не существует. Следует пояснить, что оспариваемые услуги 35 класса МКТУ не конкретизированы, в связи с чем, никак не могут быть соотнесены с раками, что свидетельствует о фантазийном характере оспариваемого знака [1].

Необходимо различать обозначения описательные и обозначения, вызывающие в сознании потребителя представление о производимых товарах через ассоциации. Последним может быть предоставлена правовая охрана. В том случае, когда для того, чтобы сформулировать описательную характеристику товара (услуги) или характеристику сведений об изготовителе, нужны дополнительные рассуждения, домысливания, ассоциации, можно признать, что анализируемый элемент не является описательным.

Однозначного характеризующего значения словосочетания «ЦАРСКИЙ РАК», выполненного единым шрифтом, не существует. При оценке значения данного элемента требуются домысливания и ассоциации, что свидетельствует о фантазийном характере данного элемента.

Таким образом, коллегия не усматривает оснований для вывода о том, что доводы возражения в части несоответствия элемента «РАК» оспариваемого знака [1] требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении товаров 29, 31, услуг 35 классов МКТУ являются доказанными.

Поскольку словосочетание «ЦАРСКИЙ РАК» является фантазийным обозначением в отношении оспариваемых товаров и услуг, то какого-либо ложного представления в отношении иных услуг 35 класса МКТУ у потребителей при восприятии оспариваемого знака [1] не возникнет.

В связи с чем, довод возражения о несоответствии оспариваемого знака [1] требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса следует признать недоказанным.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака [1] требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Противопоставленный в возражении товарный знак «**ЦАРСКИЙ**» [2] по свидетельству № 871943 с приоритетом от 12.08.2020 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана товарного знака по свидетельству № 871943 [2] действует на территории Российской Федерации, в том числе в отношении товаров 29, 30, услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Анализ сходства оспариваемого товарного знака [1] и противопоставленного товарного знака [2] показал следующее.

Несмотря на то, что противопоставленный товарный знак [2] имеет полное вхождение в оспариваемый товарный знак [1], сравниваемые знаки отличаются фонетически, визуально и семантически. Фонетические различия сравниваемых словесных элементов «Царский рак» и «Царский» обусловлены присутствием в оспариваемом знаке [1] элемента «рак», который формирует качественно иную фонетическую длину в два слова. Смыловые различия сравниваемых знаков [1] и [2] заключаются в разных семантических образах, заложенных в сравниваемых знаках. Так, элемент «Царский рак» представляет собой словосочетание (прилагательное + существительное), указывающее на: «величественный рак», «рак царя», «щедрый рак», «роскошный рак», либо в качестве рака – как героя сказки или созвездия и т.п. Противопоставленный товарный знак [2] «Царский» представляет собой прилагательное, относящееся к царю (царям), царизму (см. электронный словарь: <https://dic.academic.ru/>). Визуально сравниваемые товарные знаки [1] и [2] разнятся за счет использования при их написании разных шрифтов, а также наличия в оспариваемом знаке [1] изобразительного элемента в виде стилизованных клешней.

Таким образом, с учетом фонетических, визуальных и семантических отличий сравниваемые товарные знаки [1] и [2] не ассоциируются друг с другом в целом.

Сравнение перечней товаров 29, 31, услуг 35 классов МКТУ оспариваемого товарного знака [1] и противопоставленного товарного знака [2] с целью определения их однородности показало следующее.

Товары 29 класса МКТУ «*раки неживые; ракообразные неживые*» оспариваемого товарного знака [1] и товары 29 класса МКТУ «*раки неживые; ракообразные неживые; рыба консервированная; рыба неживая; рыба соленая; рыба; голотурии неживые / трепанги неживые; икра рыб обработанная; консервы рыбные; креветки неживые; креветки пильчатые неживые; мидии неживые; моллюски неживые; продукты рыбные пищевые; сельдь неживая; тунец неживой; устрицы неживые; филе рыб*» товарного знака [2] либо идентичны, либо относятся к одному родовому понятию «*продукты животного происхождения*», имеют общее назначение, круг потребителей (любители рыбной, морской продукции, раков), продаются на одинаковых прилавках рыбных магазинов и секций, что свидетельствует об их однородности.

Товары 31 класса МКТУ «*раки живые; ракообразные живые*» оспариваемого товарного знака [1] и товары 29 класса МКТУ «*раки неживые; ракообразные неживые; рыба неживая; рыба; голотурии неживые / трепанги неживые; креветки неживые; креветки пильчатые неживые; мидии неживые; моллюски неживые; устрицы неживые*» товарного знака [2] относятся к корреспондирующему классам, имеют общее назначение и круг потребителей, продаются на одинаковых прилавках, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «*агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; посредничество коммерческое; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня вебсайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях;*

презентация товаров на всех медиа-средствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги рекламные /услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» и услуги 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы; реклама; розничная продажа непродовольственных товаров, неспециализированная розничная продажа, оптовая продажа непродовольственных товаров, неспециализированная оптовая продажа, демонстрация товаров; оформление витрин; продвижение товаров (для третьих лиц); снабженческие услуги для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами), распространение образцов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих целях; продажа аукционная; сбыт товаров через посредников; коммерческие операции, связанные с оптовой и розничной продажей; услуги по сбору и группированию (за исключением транспортировки) в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителям; услуги оптовой и розничной продажи; магазины по продаже товаров; услуги торговых центров по продаже товаров; оптовая и розничная продажа; дистанционная продажа товаров потребителям» товарного знака [2] либо идентичны, либо связаны с продвижением товаров и услуг, рекламой и маркетингом, имеют общее назначение, круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, что свидетельствует об их однородности.

Указанное обуславливает принципиальную возможность возникновения у потребителей представления о принадлежности сравниваемых товаров и услуг по причине их природы, назначения одному лицу.

Вместе с тем, учитывая отсутствие сходства, однородные товары 29, 31, услуги 35 классов МКТУ, маркированные сравниваемыми знаками [1] и [2], не будут смешиваться в гражданском обороте, и у потребителя не возникнет представления о принадлежности анализируемых товаров и услуг одному производителю.

Следовательно, коллегия не усматривает противоречия оспариваемого товарного знака [1] требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака [1] пункту 10 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В рамках требований пункта 10 статьи 1483 Кодекса лицо, подавшее возражение, ссылается на наличие исключительного права на противопоставленный товарный знак [2], зарегистрированный в отношении товаров 29 и услуг 35 классов МКТУ, признанных, как было установлено выше, однородными оспариваемым товарам и услугам товарного знака [1].

Действительно, слово «Царский», представляющее собой противопоставленный товарный знак [2], входит в состав оспариваемого товарного знака [1]. Между тем, следует иметь ввиду особенности применения нормы права, на которую ссылается лицо, подавшее возражение.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку, представляющему собой комбинированное обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения). Иными словами, действие нормы направлено на недопущение нарушений прав третьих лиц тогда, когда факт нарушения не вызывает сомнения, а нормы пунктов

6, 8, 9 статьи 1483 Кодекса к рассматриваемой ситуации не применимы в силу незначительной роли таких спорных элементов.

Коллегия поясняет, что такая ситуация не идентична простому вхождению спорного слова в состав обозначения. Учету подлежит его грамматическая и смысловая связь с иными элементами товарного знака, равно как и роль, которую выполняет спорный фрагмент. Для целей применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса могут быть определены также визуальные акценты, имеющиеся в составе товарного знака, иссечение которых не искажает образ обозначения в целом.

С учетом вышесказанного коллегия не усматривает правовых оснований для применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса, поскольку в составе оспариваемой регистрации слово «Царский» занимает значимое положение в пространстве оспариваемого товарного знака [1], формирует сочетание слов «Царский рак», выполненных одинаковым оригинальным шрифтом черного цвета, и в целом образует единую композицию, в том числе с учетом изобразительного элемента в виде стилизованных клешней. Таким образом, слово «Царский» не квалифицируется коллегией как самостоятельный и независимый элемент оспариваемого товарного знака [1], сходство которого привело бы к несоответствию регистрации требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Доводы отзыва о неиспользовании противопоставленного товарного знака [2] к существу спора и компетенции палаты по патентным спорам не относятся.

Представленные ссылки в возражении на судебные акты не имеют преюдициального значения для настоящего спора, а также относятся к иным обозначениям.

Учитывая вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 13.09.2024, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 896603.