

Приложение
к решению Федеральной службы
по интеллектуальной собственности

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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 10.10.2025, поданное Буркальцевым М.Р., Республика Крым, Нижнегорский р-н, с. Уваровка (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024738697, при этом установлено следующее.



Обозначение «» по заявке №2024738697, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 09.04.2024, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 11.06.2025 о государственной регистрации товарного знака в отношении части заявленных товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех товаров 29 класса МКТУ и части товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса (далее – решение Роспатента).

Экспертизой указывалось, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с серией товарных знаков (знаков обслуживания) со словесными элементами «СЛОВО МЯСНИКА», «Slovo myasnika», зарегистрированной на имя ООО "Тамбовский бекон", 393665, Тамбовская обл., м.о. Жердевский, тер. Бурнакская, стр. 61Б, в отношении товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ, признанных однородными товарами и услугами 29, 30, 35 классов МКТУ (св-во № 1072949, дата приоритета 16.02.2024; св-во № 1053508, дата приоритета 06.07.2023; св-во № 977009, дата приоритета 04.08.2022; св-во № 962768, дата приоритета 22.07.2022; св-во № 932821, дата приоритета 19.07.2022; св-во № 932820, дата приоритета 19.07.2022; св-во № 924021, дата приоритета 19.07.2022; св-во № 868582, дата приоритета 08.07.2021; св-во № 875018, дата приоритета 29.04.2021; св-во № 829450, дата приоритета 29.04.2021; св-во № 829539, дата приоритета 15.10.2020; св-во № 832480, дата приоритета 15.10.2020; св-во № 786059, дата приоритета 27.05.2020; св-во № 786052, дата приоритета 27.05.2020; св-во № 799553, дата приоритета 27.05.2020; св-во № 628702, дата приоритета 26.10.2016; св-во № 589338, дата приоритета 21.07.2015, см. открытые реестры <https://new.fips.ru/>);

- с серией товарных знаков (знаков обслуживания) со словесными элементами «СЛОВО МЯСНИКА», зарегистрированной на имя ООО "Тамбовский бекон", 393672, Тамбовская область, г. Жердевка, ул. Заводская, 28а, в отношении однородных товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ (св-во № 813897, дата приоритета 29.05.2020; св-во № 790378, дата приоритета 29.05.2020; св-во № 807613, дата приоритета 21.04.2020; св-во № 628701, дата приоритета 26.10.2016, см. открытые реестры <https://new.fips.ru/>).

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- сравниваемые обозначения по общему зритальному впечатлению являются разными, словесные элементы «ВЫБОР МЯСНИКА» в заявлении обозначении расположены в правой части, изобразительный элемент в виде ножа и буквы «М» не ассоциируется с противопоставленными обозначениями;

- сопоставляемые обозначения отличаются видами шрифта, в заявлении обозначении надпись выполнена в оригинальном шрифтовом исполнении, в противопоставленных товарных знаках словесные элементы выполнены и в оригинальных исполнениях, и в стандартных исполнениях;

- анализируемые обозначения различаются расположением букв по отношению к друг другу, поскольку заявленное обозначение выполнено на двух строках в правой части обозначения, противопоставленные товарные знаки выполнены как на двух строках, так и на одной строке;

- наблюдается различный алфавит при написании сопоставляемых обозначений, заявленное обозначение выполнено в кириллическом исполнении, противопоставленные обозначения выполнены в латинском и в кириллическом исполнении;

- цветовое сочетание сравниваемых обозначений различно, что обуславливает совершенно различное общее зрительное впечатление;

- на основании изложенного, словесный и изобразительный элементы сравниваемых обозначений несходны графически со всеми противопоставленными обозначениями;

- в словесных элементах «ВЫБОР МЯСНИКА» и «Слово мясника» сравниваемых обозначений совпадает только слово «мясника», которое располагается вне логического ударения и является словом со слабой различительной способностью для товаров 29 класса МКТУ;

- в сопоставляемых словесных элементах пять слогов, однако состав слогов разный – [вы-бор мяс-ни-ка] и [слово мяс-ни-ка], также наблюдается разный состав гласных и согласных букв и звуков; ударения падают на разные буквы;

- таким образом, сравниваемые обозначения имеют различное звучание, различное количество букв, слогов, совпадает только слабый элемент обозначения «мясника», в силу чего обозначения не являются сходными фонетически;

- по семантическому признаку сопоставляемые обозначения являются несходными, поскольку в заявлении обозначении «ВЫБОР МЯСНИКА» речь идёт о предпочтении, решении или вкусе конкретного мясника, например, о выборе мясника в части мяса (какой кусок выбрать, какую тушу закупить) или о выборе метода разделки или приготовления, в то время как лексическое значение словосочетания «Слово мясника» относится к слову, произнесённому мясником; обещанию или утверждению, исходящему от мясника;

- следовательно, подобие заложенных в обозначениях понятий, идей, в частности совпадение значения обозначений в разных языках отсутствует;

- логическое ударение в обозначениях падает на разные слова, а именно «Выбор» и «Слово» ввиду того, что слово «мясника» является прилагательным и носит окрасочный характер для логического ударения;

- в соответствии со сказанным, можно сделать вывод о том, что семантически обозначения являются разными и не могут быть признаны сходными до степени смешения в отношении всех критериев сходства.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы, изложенные в возражении, неубедительными.

С учетом даты (09.04.2024) поступления заявки №2024738697 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

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 отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с положениями 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 заявлении обозначении.

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно 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. 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. 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.

В соответствии с пунктом 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).

Заявленное обозначение по заявке №2024738697 представляет собой



комбинированное обозначение «  », содержащее изобразительный элемент в виде стилизованного изображения ножа и оригинально исполненных фигур и прямой линии. Справа от указанного изображения расположен словесный элемент «ВЫБОР МЯСНИКА», выполненный стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита в красном и черном цвете в две строки. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ.

Коллегия указывает, что в заявленном обозначении основным индивидуализирующим элементом является словесный элемент «ВЫБОР МЯСНИКА», поскольку на него обращает внимание в первую очередь потребитель, он легче запоминается при восприятии обозначений в целом, и именно он позволяет индивидуализировать товары и услуги конкретного лица.



Противопоставленные комбинированные и словесные товарные знаки «  »,

Слово Мясника ТРИ МЯСА

«  », «  », «  »,



Слово мясника ДЛЯ ЗАПЕКАНИЯ

«  », «  », «  », «  », «  », «  »,



Слово мясника НА ЗАВТРАК

«  », «  », «  »,



«  »,



Слово Мясника СТРИТ ФУД

«  », «  », «  », «  », «  », «  », «  »,



Слово Мясника STREET FOOD

«  »,



Слово Мясника По-домашнему

Slovo myasnika

», « Слово мясника »,

« »,



СЛОВО МЯСНИКА GRILL

«», «», «» по свидетельствам №№1072949 [1], 1053508 [2], 977009 [3], 962768 [4], 932821 [5], 932820 [6], 924021 [7], 868582 [8], 875018 [9], 829450 [10], 829539 [11], 832480 [12], 786059 [13], 786052 [14], 799553 [15], 628702 [16], 589338 [17], 813897 [18], 790378 [19], 807613 [20], 628701 [21], образуют серию товарных знаков одного правообладателя (ООО «Тамбовский бекон»), объединенных общими словесными элементами «Слово мясника»/«Slovo myasnika», выполненными буквами русского и латинского алфавитов, которые несут основную индивидуализирующую нагрузку в данной серии. При этом следует отметить, что словесный элемент «Slovo myasnika» является транслитерацией буквами латинского алфавита словесного элемента «Слово мясника». Правовая охрана товарным знаком представлена, в том числе в отношении товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ.

Сравнительный анализ словесного элемента «ВЫБОР МЯСНИКА» заявленного обозначения и словесных элементов «Слово мясника»/«*Slovo myasnika*» противопоставленных товарных знаков показал следующее.

Сравниваемые обозначения содержат фонетически тождественный словесный элемент «МЯСНИКА»/«мясника», «myasnika», что сближает их по звуковому признаку сходства.

Графическое сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-15, 17-21] обеспечивается выполнением словесных элементов буквами одного алфавита (русского). Кроме того, общее зрительное впечатление от восприятия анализируемых обозначений формируется за счет одинакового количества слов в обозначениях, исполнением словесных элементов одинаковым образом – в две строки, где слова расположены друг под другом. Что касается графических отличий сравниваемых обозначений, выразившихся в иных цветовой гамме и характере изобразительных элементов, то они не могут служить основанием для признания обозначений несходными,

поскольку не приводят к отсутствию ассоциирования сравниваемых товарных знаков друг с другом в целом.

По семантическому признаку сходства обозначений коллегией было установлено следующее.

Совпадающие словесные элементы «мясника» рассматриваемых обозначений, родительный падеж от слова «мясник» означает: «профессия, представитель которой занимается забоем животных, снятием их шкур, разделкой туш, продажей их мяса или совершают любые комбинации этих задач» (<https://ru.wikipedia.org/>).

Согласно интернет - словарям (см. slovari.yandex.ru), словесный элемент «ВЫБОР» заявленного обозначения имеет значение: «результат выбора; вариант, выбранный из нескольких возможных». Словесный элемент «Слово» противопоставленных товарных знаков означает: «высказывание, словесное выражение мысли, чувства и т.п.».

Таким образом, в привязке к слову «мясника» словосочетания «ВЫБОР МЯСНИКА» и «Слово мясника» воспринимаются в контексте «о чём думает мясник», «что рекомендует мясник», «что предпочитает мясник». Анализируемые словосочетания в отношении товаров, относящихся к пищевым продуктам, порождают сходные ассоциации, что свидетельствует о подобии заложенных в них понятий и как, следствие, о семантическом сходстве сравниваемых обозначений.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о сходстве сопоставляемых знаков и ассоциировании их друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Сопоставительный анализ однородности всех заявленных товаров 29 класса МКТУ, а также части товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ, в отношении которых было вынесено решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024738697, и товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ, указанных в перечне противопоставленных товарных знаков [1-21], показал следующее.

Заявленные товары 29 класса МКТУ и товары 29 класса МКТУ, приведенные в перечнях противопоставленных товарных знаков [1-21] являются однородными, поскольку относятся к продуктам животного и растительного происхождения, подготовленных к употреблению, таких как: мясо, рыба, птица, полуфабрикаты, яйца, молочные и кисломолочные продукты (сыр, масло, йогурт), консервированные овощи и фрукты, желе,

варенье, масла и жиры пищевые, а также заменители молока и мяса на растительной основе (соевое, миндальное молоко), ферменты, белки, следовательно, сопоставляемые товары соотносятся друг с другом как род-вид, имеют одно назначение, одинаковые каналы реализации (через розничную сеть магазинов, рынки и торговые центры) и круг потребителей.

Заявленные товары 30 класса МКТУ «баоцзы; буррито; вещества связующие для колбасных изделий; вода апельсиновая для кулинарных целей; вода морская для приготовления пищи; водоросли [приправа]; горчица; добавки глютеновые для кулинарных целей; доенджанг [приправа]; загустители для пищевых продуктов; заправки для салатов; имбирь молотый; каперсы; кетчуп [соус]; киш; клецки на основе муки; кочхуджан; кукуруза молотая; кукуруза поджаренная; кулебяки с мясом; кули фруктовые [соусы]; лакса; лепешки на основе картофеля; майонез; маринад из шинкованных овощей с острой приправой [пикалили]; маринады; мисо; мука соевая; оладьи из кимчи; онигири; паста имбирная [приправа]; паштет запеченный в тесте; пельмени; перец; песто; пибимпаб [рис, смешанный с овощами и говядиной]; пицца; подливки мясные; размягчители мяса для кулинарных целей; сок лимонный кристаллизированный [приправа]; составы для глазирования ветчины; соус клюквенный [приправа]; соус соевый; соус томатный; соус яблочный [приправа]; соусы [приправы]; соусы для пасты; суши; сэндвичи; табуле; такос; травы огородные консервированные [специи]; хлопья кукурузные; хлопья овсяные; хот-доги; цзяоцзы; чеснок измельченный [приправа]; чизбургеры [сэндвичи]; чипсы [продукты зерновые]; чипсы картофельные в шоколаде» являются сопутствующими и однородными товарам 29 класса МКТУ «белки для кулинарных целей; белок яичный; вещества жировые для изготовления пищевых жиров; дичь; желатин; желе мясное; желе пищевое; желток яичный; жир костный пищевой; жир свиной пищевой; жиры животные пищевые; жиры пищевые; изделия колбасные, в том числе, вареные колбасы, колбасные деликатесы, копченые колбасы, снеки, колбаски, сардельки, шпикачки, сырокопченые колбасы; изделия мясные; изделия из птицы; консервы мясные; концентраты бульонные; мозг костный пищевой; мясо; мясные продукты; мясо консервированное; порошок яичный; птица домашняя неживая; свинина; солонина; сосиски; сосиски в сухарях; составы для приготовления бульонов; составы для приготовления супов; субпродукты; супы; экстракты мясные; алоэ древовидное, приготовленное для употребления в пищу; голубцы, фаршированные мясом; изделия из сои порционные / котлеты соевые; изделия из тофу

порционные / котлеты из тофу; изделия и продукты на основе овощей; клецки картофельные; концентраты овощные для приготовления пищи; корн-доги / сосиски в тесте на палочках; кукуруза сахарная, обработанная; лук консервированный; мясо лиофилизированное; оболочки колбасные, натуральные или искусственные; овощи консервированные; овощи сушеные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; оладьи из тертого картофеля; оладьи картофельные; паста томатная; пюре томатное; сало; сате; сок томатный для приготовления пищи; сосиски для хот-догов; спреды на основе овощей; тажин [блюдо на основе мяса или овощей]; трюфели консервированные; хлопья картофельные; чеснок консервированный; чипсы картофельные; чипсы картофельные низкокалорийные» противопоставленных товарных знаков [1-21], поскольку они относятся к продуктам питания, употребляемым в пищу и веществам, добавляемым в продукты питания, также относятся к приправам, соусам, которые могут быть ингредиентами для приготовления пищи или входить в состав уже готовых продуктов, в этой связи сопоставляемые товары соотносятся между собой как род-вид, являются взаимозаменяемыми, имеют одно назначение, одинаковые условия реализации и круг потребителей.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы; аренда рекламного времени в средствах массовой информации; аренда рекламных материалов; администрирование программ лояльности потребителей; аренда рекламных щитов; веб-индексация в коммерческих или рекламных целях; демонстрация товаров; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг посредством размещения продукции для третьих лиц в виртуальной среде; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы по розничной торговле загружаемой виртуальной одеждой; 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 и проведение коммерческих мероприятий; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях;

предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок для покупателей и продавцов загружаемых файлов цифровых изображений, аутентифицированных с помощью невзаимозаменяемых токенов [nfts]; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по розничной торговле, связанные с загружаемыми файлами цифровых изображений, аутентифицированных с помощью невзаимозаменяемых токенов [nfts]; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга» являются однородными услугам 35 класса МКТУ «организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение

продаж для третьих лиц, в том числе услуги оптовой и розничной продажи товаров; радиореклама; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» противопоставленных товарных знаков [1-15, 17-20], так как они относятся к услугам в области продвижения товаров для третьих лиц различными способами, рекламы и маркетинга, следовательно, сравниваемые услуги соотносятся друг с другом как род-вид, имеют одно назначение, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями.

На основании изложенного, коллегией установлено, что сопоставляемые товары и услуги 29, 30, 35 классов МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые товарные знаки, могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения.

Следует отметить, что однородность сравниваемых услуг заявителем в возражении не оспаривается.

Таким образом, в результате сопоставления соответствующих перечней, с учетом, к тому же, как уже отмечалось выше, крайне высокой степени сходства сравниваемых знаков и однородности товаров и услуг, коллегией однозначно усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителей представления о принадлежности вышеуказанных товаров и услуг, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (сходные) знаки, одному производителю.

Вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

В качестве основания о вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегией учитывалось наличие серии противопоставленных товарных знаков, а также известность и узнаваемость продукции «Слово мясника», выпускаемой ООО «Тамбовский бекон», о чем указывалось в обращении от 21.10.2024.

Учитывая вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о том, что заявленное обозначение является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-21] в отношении однородных товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ. Следовательно, заявленное обозначение по заявке №2024738697 не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для испрашиваемых товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ, так как противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 10.10.2025, оставить в силе решение Роспатента от 11.06.2025.