

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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 02.10.2025, поданное Индивидуальным предпринимателем Ивановым Денисом Владимировичем, г. Новосибирск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 03.06.2025 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024789407 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Словесное обозначение «BEERSTROGANOFF» по заявке №2024789407, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 13.08.2024, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 43 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 03.06.2025 об отказе в государственной регистрации

товарного знака в отношении заявленных услуг 43 класса МКТУ, основанное на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается тем, что в результате проведения экспертизы заявленного обозначения, установлено, что оно сходно до степени смешения с серией товарных знаков, включающих словесные элементы «Строганов», «STROGANOFF», «СТРОГАНОФФ», зарегистрированных под № 425547 с датой приоритета от 02.11.2009, под № 425596 с датой приоритета от 02.11.2009, под № 521530 с датой приоритета от 22.12.2011, под № 504338 с датой приоритета от 22.12.2011, под № 521529 с датой приоритета от 22.12.2011, под № 504117 с датой приоритета от 02.02.2012, под № 820691 с датой приоритета от 29.03.2021, под № 822239 с датой приоритета от 29.03.2021, под № 848950 с датой приоритета от 09.08.2021, под № 849454 с датой приоритета от 09.08.2021, под № 849459 с датой приоритета от 09.08.2021, под № 867989 с датой приоритета от 22.09.2021, на имя Общества с ограниченной ответственностью «Строганов Групп», 190000, Санкт-Петербург, Конногвардейский б-р, д. 4, литер А, пом. 56-Н, комн. 13, в отношении услуг 43 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 43 класса МКТУ.

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

- заявленное обозначение является оригинальной интерпретацией слова «бефстроганов», обозначающее название классического блюда русской кухни,
- в серии противопоставленных товарных знаков ключевым элементом является фамилия Строганов,
- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки состоят из разного количества слогов, букв,

- в начале заявленного обозначения расположен отличный от противопоставленных товарных знаков слог «BEER», в связи с чем произнесение обозначений начинается по-разному,
- в практике Роспатента присутствуют примеры товарных знаков, образованных по принципу заявленного обозначения: «Чебустроганов», «Чебубефстроганов» (свидетельства №890751, №874438).

В подтверждение изложенных доводов заявителем представлены копии следующих материалов:

1. Решение Роспатента от 03.06.2025 об отказе в регистрации товарного знака по заявке №2024789407,
2. Выписка из реестра заявок на регистрацию товарных знаков Роспатента в отношении заявки №2024789407.

На основании вышеизложенного заявитель просит осуществить регистрацию заявленного обозначения по заявке №2024789407 в отношении всех заявленных услуг 43 класса МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (13.08.2024) поступления заявки №2024789407 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 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 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. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявлении обозначении.

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 настоящем пункте, 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 словесное обозначение «**BEERSTROGANOFF**» выполнено стандартным шрифтом буквами латинского алфавита, правовая охрана испрашивается в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Противопоставленные знаки представляют собой серию словесных и комбинированных знаков [1] «**STROGANOFF STEAK HOUSE**» по свидетельству №425547, [2] «**СТРОГАНОФФ СТЕЙК ХАУС**» по свидетельству №425596, [3] «**СТРОГАНОВ**» по свидетельству №521530, [4] «**СТРОГАНОВ СТЕЙК ХАУС**»

по свидетельству №504338, [5] «**STROGANOV**» по свидетельству №521529,

[6] «**STROGANOV STEAK HOUSE**» по свидетельству №504117, [7]  «**Stroganoff**»

по свидетельству №820691, [8] «**Stroganoff** B A R & G R I L L» по свидетельству №822239,

[9] «**Stroganoff** Kids» по свидетельству №848950, [10] «**Stroganoff**» по

свидетельству №849454, [11]  «**Stroganoff** CATERING RESTAURANT GROUP» по свидетельству №848459,

[12] «**STROGANOFF STEAK HOUSE**» по свидетельству №867989, выполненные буквами латинского и кириллического алфавитов, правовая охрана представлена в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-12] на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Коллегия отмечает, что противопоставленные товарные знаки [1-12] входят в серию товарных знаков, объединенных единым словесным элементом, выполненного буквами латинского и кириллического алфавитов, а именно: «СТРОГАНОВ», «STROGANOV», «STROGANOFF», «СТРОГАНОФФ». Указанные элементы занимают либо основное, либо акцентное положение в знаках, ввиду, прежде всего, пространственного расположения.

При восприятии заявленного обозначения (несмотря на слитное написание) отчетливо можно выделить составляющие его элементы: «BEER», «STROGANOFF».

При этом наличие в заявлном обозначении начальных букв «B», «E», «E», «R» не приводит к отсутствию ассоциирования с противопоставленными товарными знаками, поскольку словесная часть «STROGANOFF» словесного элемента «BEERSTROGANOFF» заявленного обозначения, формируя основное зрительное восприятие в знаке (прежде всего ввиду своей протяженности и расположения), фонетически полностью

совпадает со словесными элементами «СТРОГАНОВ», «STROGANOV», «STROGANOFF», «СТРОГАНОФФ» противопоставленных товарных знаков [1-12].

Таким образом, сравниваемые обозначения сходны по фонетическому признаку ввиду совпадения звуков и звукосочетаний, их места в составе обозначений, то есть на основании фонетического сходства словесных элементов.

Кроме того, фонетическое сходство обусловлено полным вхождением противопоставленных товарных знаков [3, 5] в фонетический ряд заявленного обозначения.

С точки зрения семантического сходства необходимо отметить, что в заявлении обозначении можно выделить словесные элементы «BEER» («beer» - пиво, <https://translate.academic.ru/beer/en/ru/>), «STROGANOFF», при этом смысловое значение элемента «STROGANOFF», воспринимаемого в первую очередь в качестве распространённой на территории России русской фамилии (см. Словарь русских фамилий». Никонов В. А., М.: Школа-Пресс, 1993. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/lastnames/11980>), совпадает со значением словесных элементов «СТРОГАНОВ», «STROGANOV», «STROGANOFF», «СТРОГАНОФФ» противопоставленных товарных знаков [1-12], что, таким образом, не исключает семантического сходства сравниваемых знаков.

Следует отметить, что использование задвоенных букв «F», «Ф» на конце слов «STROGANOFF», «СТРОГАНОФФ» является частым приемом в написании фамилий, указанные буквы соответствуют конечной букве «В» в написании фамилии «СТРОГАНОВ» в стандартном исполнении.

Наличие словесного элемента «BEER» в начальной части заявленного обозначения, с учетом его семантического значения - «пиво», тем не менее, не может существенным образом повлиять на смысловое восприятие заявленного обозначения, что могло бы исключить какие-либо ассоциации с противопоставленными товарными знаками.

С точки зрения визуального восприятия оспариваемый товарный знак и противопоставляемые товарные знаки [1-3, 5-12] являются сходными, так как выполнены буквами латинского алфавита, что позволяет ассоциировать друг с другом сопоставляемые обозначения. Наличие в противопоставленных товарных знаках [7-11] изобразительных элементов, а также использование оригинального шрифта не приводит к отсутствию ассоциирования друг с другом сравниваемых обозначений, прежде всего за счет присутствия в них фонетически сходных словесных элементов.

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

В поступившем возражении вывод об однородности заявленных услуг 43 класса МКТУ с услугами противопоставленных товарных знаков [1-12] заявителем не оспаривался.

Вместе с тем анализ услуг, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

При определении вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегии надлежит руководствоваться требованиями пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ №10 от 23.04.2019 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее Постановление Пленума ВС РФ), согласно которому вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении следующих услуг 43 класса МКТУ: «аренда помещений для проведения

встреч; аренда стульев, столов, столового белья и посуды; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги закусочных; услуги кальянных; услуги кафе; услуги кафетериев; 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; услуги ресторанов в шоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги ресторанов самообслуживания; услуги столовых».

Правовая охрана противопоставленным товарным [1-12], представлена в отношении следующих услуг 43 класса МКТУ:

[1-3, 5] - услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом,

[4, 5] - услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками, закусочные, кафе, кафетерии, прокат мебели, столового белья и посуды, прокат передвижных строений, рестораны, рестораны самообслуживания, столовые на производстве и в учебных заведениях, услуги баров, услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом,

[8, 7] - услуги баров и коктейльных баров; услуги баров; услуги ресторана, бара и коктейль-бара; предоставление услуг бара; приготовление напитков в пивоваренных барах; услуги баров и бистро; услуги баров и ресторанов; услуги баров, предоставляющих соки; услуги винных баров; услуги коктейльных баров; услуги молочных баров; приготовление еды и напитков в молочных барах; рестораны, бары и заведения общественного питания; услуги баров, предоставляющих кофе и соки; услуги баров, предоставляющих кофе и чай; предоставление продуктов питания и напитков в ресторанах и барах; услуги по подаче пищевых продуктов и напитков в ресторанах и барах; услуги баров и кейтеринг (ресторанное обслуживание

банкетов, свадеб); кафе; кафе-мороженое; услуги кафе и ресторанов; услуги кафе, столовых и ресторанов; подача еды и напитков для гостей в Интернет-кафе; предоставление продуктов питания и напитков в Интернет-кафе; услуги передвижных кафе, предоставляющих еду и напитки; рестораны; рестораны самообслуживания; рестораны и заведения общественного питания; услуги буфетов с холодными закусками [рестораны]; услуги буфетов для коктейльных мероприятий,

[9] - закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба",

[10-12] - закусочные; кафе-пекарни; услуги баров и коктейльных баров; услуги баров; услуги ресторана, бара и коктейль-бара; предоставление услуг бара; приготовление напитков в пивоваренных барах; услуги баров и бистро; услуги баров и ресторанов; услуги баров, предоставляющих соки; услуги винных баров; услуги коктейльных баров; услуги молочных баров; приготовление еды и напитков в молочных барах; рестораны, бары и заведения общественного питания; услуги баров, предоставляющих кофе и соки; услуги баров, предоставляющих кофе и чай; предоставление продуктов питания и напитков в ресторанах и барах; услуги по подаче пищевых продуктов и напитков в ресторанах и барах; услуги баров и кейтеринг (ресторанное обслуживание банкетов, свадеб); кафе; кафе-мороженое; услуги кафе и ресторанов; услуги кафе, столовых и ресторанов; подача еды и напитков для гостей в интернет-кафе; предоставление продуктов питания и напитков в интернет-кафе; услуги передвижных кафе, предоставляющих еду и напитки; рестораны; рестораны самообслуживания; рестораны и заведения общественного питания; услуги буфетов с холодными закусками [рестораны]; услуги буфетов для коктейльных мероприятий; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом.

Анализ услуг 43 класса МКТУ заявленного обозначения и услуг 43 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-12], в отношении которых предоставлена правовая охрана, показал, что испрашиваемые услуги 43 класса МКТУ являются в высокой степени однородными с услугами 43 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-12], так как сравниваемые услуги принадлежат одной категории услуг, в частности: «услуги предприятий общественного питания», имеют сходные назначение, круг потребителей и условия оказания.

ООО «СТРОГАНОВ ТРЕЙДИНГ» принадлежит серия вышеперечисленных товарных знаков [1-12], данный факт является обстоятельством, усиливающим вероятность смешения сопоставляемых обозначений.

Установив сходство сопоставляемых обозначений и однородность сопоставляемых услуг, а также принимая во внимание дополнительные обстоятельства, усиливающие вероятность смешения обозначений, коллегия пришла к выводу об их сходстве до степени смешения и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Следует отметить, что представленные заявителем примеры регистраций не являются релевантными, поскольку оценка знаков происходит независимым порядком с учетом каждого конкретного случая.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 02.10.2025,
оставить в силе решение Роспатента от 03.06.2025.**