

Приложение  
к решению Федеральной службы по интеллектуальной  
собственности

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ  
по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020 (правила – Правила ППС), рассмотрела поступившее 30.05.2022 возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Ворониной Анной Григорьевной, Нижегородская обл. (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021703118, при этом установила следующее.

Обозначение «**ГОРОДЕЦКИЙ СУВЕНИР**» по заявке №2021703118 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 26.01.2022 на имя заявителя в отношении товаров и услуг 30, 35, 40 классов Международной классификации товаров и услуг МКТУ (далее - МКТУ), указанных в перечне регистрации.

Роспатентом 30.01.2022 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 30, 35, 40 классов МКТУ. Основанием для принятия вышеупомянутого решения послужил вывод о несоответствии заявленного обозначения требованиям пунктов 1, 6 и 7 статьи 1483 Кодекса.

Согласно заключению по результатам экспертизы, являющемуся неотъемлемой частью решения Роспатента, включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент «ГОРОДЕЦКИЙ» (Городецкий - Городец - город в

Российской Федерации, Нижегородская обл., пристань на Волге (Чебоксарское вдхр.), в 14 км от ж.-д. ст. Заволжье. 34,4 тыс. жителей (1992). Судоремонтно-механический завод и др. Художественные промыслы (Городецкая роспись, см. Интернет, Словари: Большой Энциклопедический словарь. 2000), не обладает различительной способностью, характеризует заявленные товары и услуги 30, 35, 40 классов МКТУ, а именно указывает на место происхождения товаров, местонахождение их изготовителя (местонахождение лица, оказывающего услуги).

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с товарным знаком «**БЕЛЁВСКИЙ СУВЕНИР**» [1] (свидетельство №670412 с приоритетом от 29.05.2017), зарегистрированным для однородных товаров 30 класса МКТУ на имя Общества с ограниченной ответственностью «Производственная компания «Старые Традиции», 301530, Тульская обл., Белёвский р-н, г. Белёв, ул. Привокзальная, д. 21б;

- с товарными знаками «*Сувенир*» [2] (свидетельство №486118 с приоритетом от 17.02.2012), «**СУВЕНИР**» [3] (свидетельство №236151 с приоритетом от 10.10.2001, срок действия регистрации продлен до 10.10.2031), «**СУВЕНИР**» [4] (свидетельство №126795 с приоритетом от 30.09.1993, срок действия регистрации продлен до 30.09.2023), зарегистрированными в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ на Открытого акционерного общества «РОТ ФРОНТ», 115184, Москва, 2-й Новокузнецкий пер., 13/15;

**СУВЕНИР**  
**SOUVENIR**

- с товарным знаком «**SOOVENIR**» [5] (свидетельство №472002 с приоритетом от 17.11.2010, срок действия регистрации продлен до 17.11.2030), зарегистрированным в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ на Зиновенко Егор Владимирович, 156000, г. Кострома, ул. Ленина, 19а, кв.9;

**Курский**

- с товарным знаком «*сувенир*» [6] (свидетельство №190271 с приоритетом от 23.09.1999, срок действия регистрации продлен до 23.09.2029), зарегистрированным в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ на имя

Закрытого акционерного общества «КОНТИ-РУС», 305000, г. Курск, ул. Золотая, 13;

- с наименованием места происхождения товаров (далее - НМПТ) **«ГОРОДЕЦКАЯ РОСПИСЬ»** [7] (свидетельство №25 с датой подачи заявки на регистрацию от 31.01.1996), обладателем правом пользования которым является Акционерное общество закрытого типа «Городецкая роспись», 606430, Нижегородская обл., г. Городец, ул. Набережная, 61.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с приведенными в заключении по результатам экспертизы доводами, при этом основная аргументация заявителя сводится к следующему:

- заявленное обозначение представляет собой неразрывно связанную по смыслу и грамматически конструкцию, состоящую из существительного «СУВЕНИР» и прилагательного «ГОРОДЕЦКИЙ», где прилагательное является зависимым словом, а существительное - основным;

- заявленное обозначение «ГОРОДЕЦКИЙ СУВЕНИР» не является сходным до степени смешения с НМПТ «ГОРОДЕЦКАЯ РОСПИСЬ», в силу их фонетических (близостью звуков характеризуются только слова «Городецкий» / «Городецкая», в то время как «сувенир» / «роспись» - совершенно разные) и семантических (основные элементы сравниваемых обозначений - «сувенир» / «роспись» имеют принципиально разное смысловое значение) отличий;

- практика Роспатента исходит из возможности регистрации в качестве товарных знаков обозначений со словом «Городецкий» / «Городецкая», поскольку правовая охрана предоставлена товарному знаку «ГОРОДЕЦКИЙ ПЛОМБИР» (свидетельство №727760);

- роспись не является единственным художественным промыслом Городца, который традиционно славится своими печатными пряниками с ягодой и/или фруктовой начинкой, производителем которых выступает заявитель по данной заявке;

- отсутствие регистрации «Городецкого пряника» в качестве НМПТ не умаляет его ценности, поскольку он считается региональным брендом Городецкого района и Нижегородской области;

- информация о «Городецком прянике» размещена в каталоге региональных брендов на сайте конкурса «Вкусы России 2021» <https://russiantastes.ru/> (организатор конкурса – Министерство сельского хозяйства РФ), где есть информация непосредственно об ИП Ворониной А.Г. как одной из трех значительных производителей этого изделия;

- важность «Городецкого пряника» для региона выражается в поддержке местных властей (размещены сведения на официальном сайте муниципального Городецкого района (<https://gorodets-adm.ru/news/podderzhim-gorodetskiy-pryanik-na-konkurse-vkusy-rossii-/>)), имеются исторические сведения об этом народном промысле ([https://pryanikovo.ru/istoriya\\_pryanika/gorodetskie-pryaniki/](https://pryanikovo.ru/istoriya_pryanika/gorodetskie-pryaniki/)), а также упоминание в фольклоре (<https://www.ozon.ru/product/gorodetskiy-pryanik-skazy-i-skazki-34819402/?sh=SXY0NhJ3#section-description--offset-140--offset-80>), в Городце открыт музей «Городецкого пряника» (<https://www.xn--80aaeljnaimbo4b0ae8j.xn--p1ai/muzej-pryanika>);

- заявитель, является одним из первых предпринимателей, которые возродили пряничный промысел в Городце, производит уникальный в своем роде товар – печатный городецкий пряник (печатный, потому что производится на специальной пряничной доске с вырезанным рисунком, который и отпечатывается на выпечке);

- противопоставленные товарные знаки со словесным элементом «СУВЕНИР» бесконфликтно существуют на рынке, при этом товарный знак «БЕЛЕВСКИЙ СУВЕНИР» по свидетельству №301530, зарегистрированный для товара 30 класса МКТУ «пастыла», ассоциируется исключительно с таким региональным брендом как «Белевская пастыла», а не с пряниками, товарный знак «КУРСКИЙ СУВЕНИР» по свидетельству №190271 также не ассоциируется с пряниками.

С учетом изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021703118 в отношении следующего ограниченного перечня товаров и услуг:

30 класс МКТУ – пряники, печатные пряники;

35 класс МКТУ - оптовая и розничная продажа товаров, а именно пряников, печатных пряников; услуги по продаже товаров, а именно пряников, печатных пряников; услуги магазинов по продаже товаров, а именно пряников, печатных пряников; оптовая и розничная продажа товаров, а именно пряников, печатных пряников, через магазины, интернет-магазины;

40 класс МКТУ – производство кондитерских изделий, а именно пряников, печатных пряников, на заказ; производство кондитерских изделий, а именно пряников, печатных пряников, для третьих лиц.

В качестве материалов, иллюстрирующих доводы поступившего возражения, представлены следующие документы:

- (1) Сведения об истории «Городецкого печатного пряника» и соответствующего промысла;
- (2) Сведения о заявителе (дипломы, грамоты и благодарственные письма);
- (3) Письмо из Министерства туризма и промыслов Нижегородской области.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия сочла доводы поступившего возражения неубедительными.

С учетом даты (26.01.2021) поступления заявки №2021703118 правовая база для оценки оханоспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака 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 требованиями подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов 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.

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 настоящей статьи 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 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно положениям пункта 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 вошедшими 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.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркованных 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 различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения 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 требованиями 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 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 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

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; расположения 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 обозначение понятий, идей (в частности, 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.

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).

Исходя из требований пункта 7 статьи 1483 Кодекса, не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с НМПТ, охраняемым в соответствии с настоящим Кодексом, а также с обозначением, заявленным на регистрацию в качестве такового до даты приоритета товарного знака, за исключением случая, если такое наименование или сходное с ним до степени смешения обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, при условии, что регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано НМПТ.

Обозначение «**ГОРОДЕЦКИЙ СУВЕНИР**» по заявке №2021703118 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 26.01.2021 является словесным, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Регистрация заявленного обозначения с учетом доводов возражения испрашивается в отношении скорректированного перечня товаров и услуг 30, 35, 40 классов МКТУ:

30 класс МКТУ – пряники, печатные пряники;

35 класс МКТУ - оптовая и розничная продажа товаров, а именно пряников, печатных пряников; услуги по продаже товаров, а именно пряников, печатных пряников; услуги магазинов по продаже товаров, а именно пряников, печатных

пряников; оптовая и розничная продажа товаров, а именно пряников, печатных пряников, через магазины, интернет-магазины;

40 класс МКТУ – производство кондитерских изделий, а именно пряников, печатных пряников, на заказ; производство кондитерских изделий, а именно пряников, печатных пряников, для третьих лиц.

Анализ заявленного обозначения показал, что входящие в его состав элементы «ГОРОДЕЦКИЙ» и «СУВЕНИР» представляют собой лексические единицы русского языка.

Так, слово «ГОРОДЕЦКИЙ» является прилагательным от названия географического наименования – города Городец, расположенного в Нижегородской области Российской Федерации, пристань на Волге (Чебоксарское водохранилище), в 14 км от железнодорожной станции Заволжье, насчитывал 34,4 тысячи жителей на период 1992 года. Город Городец известен художественными промыслами (Городецкая роспись, см. Интернет, Большой Энциклопедический словарь, 2000, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/80654/Городецкая>).

«СУВЕНИР» - художественное изделие, какой-либо предмет как память о посещении страны, города и т. д., а также о ком-либо, см. там же, Большой Энциклопедический словарь, 2000, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/283802>.

Словесные элементы «ГОРОДЕЦКИЙ» и «СУВЕНИР» образуют словосочетание, вызывающее представление о некоем изделии, происходящем из города Городца.

Учитывая семантику заявленного обозначения «ГОРОДЕЦКИЙ СУВЕНИР», в котором производное от топонима «ГОРОДЕЦКИЙ» представляет собой указание как на место нахождения заявителя, так и место происхождения производимого им товара, коллегия пришла к выводу о неохраноспособности этого словесного элемента согласно требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Неохраноспособность данного элемента подтверждается практикой экспертизы, свидетельствующей об исключении из охраны аналогичных словесных элементов в товарных знаках, предназначенных для индивидуализации товаров 30 класса МКТУ:

Курский  
«БЕЛЁВСКИЙ СУВЕНИР» по свидетельству №670412, «сувенир» по свидетельству №190271.

Анализ представленных заявителем документов (1) - (3) показал, что они не свидетельствуют о том, что обозначение «ГОРОДЕЦКИЙ» в качестве средства маркировки пряников ассоциируется исключительно с заявителем по рассматриваемой заявке, поскольку, как следует из материалов возражения, «Городецкий печатный пряник» является традиционным промыслом города Городца в Нижегородской области, что исключает предоставление правовой охраны этому обозначению на имя какого-то определенного производителя этих кондитерских изделий.

Вместе с тем основанием для отказа в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака явилось его несоответствие требованиям пунктов 6 и 7 статьи 1483 Кодекса ввиду установленного сходства до степени смешения с товарными знаками «БЕЛЁВСКИЙ СУВЕНИР» [1] по свидетельству №670412,

«Сувенир» [2] по свидетельству №486118, «СУВЕНИР» [3] по свидетельству №236151, «СУВЕНИР» [4] по свидетельству №126795,

СУВЕНИР  
SOUVENIR  
«SOOVENIR» [5] по свидетельству №472002, «сувенир» [6] по свидетельство №190271 и НМПТ «ГОРОДЕЦКАЯ РОСПИСЬ» [7] (регистрация №25), свидетельством на право пользования которым заявителем не обладает.

Противопоставленный товарный знак «БЕЛЁВСКИЙ СУВЕНИР» [1] по свидетельству №670412 с приоритетом от 29.05.2017 является словесным, зарегистрирован для товаров 30 класса МКТУ «пастыла» с указанием словесного элемента «БЕЛЁВСКИЙ» в качестве неохраняемого.

Противопоставленный товарный знак «Сувенир» [2] по свидетельству №486118 с приоритетом от 17.02.2012 является словесным, зарегистрирован для товаров 30 класса МКТ «ароматизаторы; ароматизаторы для кондитерских

изделий, за исключением эфирных масел; ароматизаторы для напитков, за исключением эфирных масел; ароматизаторы кофейные; ароматизаторы, за исключением эфирных масел; бадьян; батончики злаковые с высоким содержанием белка; бисквиты; блины; блюда на основе лапши; бриоши; булки; ванилин [заменитель ванили]; ваниль [ароматизатор]; вафли, в том числе, вафли-сэндвичи; вермишель; вещества подслащающие натуральные; вещества связующие для колбасных изделий; вещества связующие для мороженого [пищевого льда]; вода морская для приготовления пищи; водоросли [приправа]; галеты солодовые; гвоздика [пряность]; глазурь для изделий для сладкого сдобного теста; горчица; добавки глютеновые для кулинарных целей; дрожжи; загустители для пищевых продуктов; закваски; закуски легкие на базе риса, в том числе, сухие завтраки, хлебцы; закуски легкие на базе хлебных злаков, в том числе, сухие завтраки, хлебцы; заменители кофе; заменители кофе растительные; заправки для салатов; изделия желейные фруктовые [кондитерские]; изделия кондитерские для украшения новогодних елок; изделия кондитерские из сладкого теста, преимущественно с начинкой; изделия кондитерские мучные, в том числе, сушки, баранки; изделия кондитерские на основе арахиса; изделия кондитерские на основе миндаля; макаронные изделия; изделия пирожковые; имбирь [пряность]; йогурт замороженный [мороженое]; какао; какао-продукты; каперсы; карамель [конфеты]; карри [приправа]; каши молочные для употребления в пищу; кетчуп [соус]; киши; клейковина пищевая; конфеты; конфеты лакричные [кондитерские изделия]; конфеты мятные; корица [пряность]; кофе; кофе-сырец; крахмал пищевой; крекеры; крем заварной; крупы пищевые, в том числе, крупа кукурузная, крупа манная, крупа овсяная, крупа ячневая; кукуруза молотая; кукуруза поджаренная; кулебяки с мясом; куркума пищевая; кус-кус [крупа]; кушанья мучные; лапша; лед для охлаждения; лед натуральный или искусственный; лед пищевой; лепешки рисовые; майонез; макарон [печенье миндальное]; макароны; мальтоза; мамалыга; маринады; марципан; мед; молочко маточное пчелиное; мороженое; мука пищевая, в том числе, мука бобовая, мука из тапиоки пищевая, мука картофельная пищевая, мука кукурузная, мука пшеничная, мука соевая, мука

ячменная; муссы десертные [кондитерские изделия]; муссы шоколадные; мюсли; мята для кондитерских изделий; напитки какао-молочные; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; напитки чайные; напитки шоколадно-молочные; напитки шоколадные; напитки на базе какао; настои нелекарственные; овес дробленый; овес очищенный; орех мускатный; палочки лакричные [кондитерские изделия]; паста соевая [приправа]; пастилки [кондитерские изделия]; патока; перец; душистый перец; перец стручковый [специи]; песто [соус]; печенье; печенье сухое; пироги; пицца; подливки мясные; помадки [кондитерские изделия]; попкорн; порошки для мороженого; порошки пекарские; порошок горчичный; пралине; приправы; продукты для размягчения мяса в домашних условиях; продукты зерновые; продукты мукомольного производства; продукты на основе овса; прополис; пряники; пряности; птифуры [пирожные]; пудинги [запеканки]; пудра для кондитерских изделий; пюре фруктовые [соусы]; равиоли; резинки жевательные; релиши [приправа]; рис; ростки пшеницы для употребления в пищу; рулет весенний; саго; сахар; семя анисовое; семя льняное для употребления в пищу; сироп из мелассы, сироп золотой; сладкое сдобное тесто для кондитерских изделий; сладости, в том числе, сладкие кексы, торты вафельные, торты бисквитные, пирожные, сладкие рулеты, сладости восточные, лукумы, нуга, пастила, зефир, сладкие суфле, пасты кондитерские шоколадные, шоколадно-ореховые, шоколадно-молочные, фруктово-ягодные, готовые к употреблению в пищу; сода пищевая [натрия бикарбонат для приготовления пищи]; солод для употребления в пищу; соль для консервирования пищевых продуктов; соль поваренная; соль сельдерейная; сорбет [мороженое]; составы для глазирования ветчины; соус соевый; соус томатный; соусы [приправы]; спагетти; специи; стабилизаторы для взбитых сливок; сухари; сухари панировочные; суши; сэндвичи; табуле; такос; тапиока; тартрат калия кислый для кулинарных целей, тартрат калия кислый для приготовления пищи, камень винный для кулинарных целей; камень винный для приготовления пищи; торты; тесто миндальное; тортильи; травы огородные консервированные [специи]; уксус; уксус пивной; ферменты для теста; халва; хлеб; хлеб из пресного теста; хлопья [продукты зерновые]; хлопья

кукурузные; хлопья овсяные; цикорий [заменитель кофе]; чай; чай со льдом; чатни [приправа]; чизбургеры [сэндвичи]; чоу-чоу [приправа]; шафран [специи]; шоколад; экстракт солодовый пищевой; эссенции пищевые, за исключением эфирных эссенций и эфирных масел; ячмень очищенный».

Противопоставленный товарный знак «**СУВЕНИР**» [3] по свидетельству №236151 с приоритетом от 10.10.2001 является словесным, зарегистрирован для товаров 30 класса МКТУ «кондитерские изделия на основе арахиса; вафли; восточные сладости (кондитерские изделия); драже; какао; какао с молоком; какао-продукты; карамель [конфеты]; кондитерские изделия; кондитерские изделия для украшения новогодних елок; кондитерские изделия мучные; конфеты; конфеты мятные; лакричные конфеты; лакричные палочки [кондитерские изделия]; леденцовый сахар; кондитерские изделия на основе миндаля; мучные изделия кондитерские; напитки на основе какао; напитки на основе какао с молоком; шоколадные напитки; шоколадные напитки с молоком; пастыла [кондитерские изделия]; помадки [кондитерские изделия]; пралине; резинка жевательная; сладкие плитки; торты; украшения съедобные для пирожных и тортов; шоколад; шоколадная глазурь; шоколадная глазурь с добавлениями; шоколадная масса для формования; шоколадный крем (паста); кондитерские изделия на основе орехов; халва; халвичная паста (паста на основе орехов, масличных семян); жировая глазурь; жировая глазурь с добавлениями; леденцы; хлебобулочные изделия».

Противопоставленный товарный знак «**СУВЕНИР**» [4] по свидетельству №126795 с приоритетом от 30.09.1993 является словесным, зарегистрирован для товаров 30 класса МКТУ «кофе, чай, какао, сахар, рис, тапиока (манiocка), саго, заменители кофе, мука и зерновые продукты, хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, мороженое, мед, сироп из патоки, дрожжи, пекарные порошки, соль, горчица, уксус, соусы (приправы), пряности, пищевой лед».

**СУВЕНИР  
SOUVENIR**

Противопоставленный товарный знак «**SOOVENIR**» [5] по свидетельству №472002 с приоритетом от 17.11.2010 является словесным, зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба».

**Курский**

Противопоставленный товарный знак «**Сувенир**» [6] по свидетельству №190271 с приоритетом от 23.09.1999 являются словесным, зарегистрирован для товаров 30 класса МКТУ «конфеты; карамель; вафли; галеты; крекеры; печенье; помадки (кондитерские изделия); пралине; шоколад; кондитерские изделия» с указанием словесного элемента «**КУРСКИЙ**» в качестве неохраняемого.

Противопоставленное НМПТ «**ГОРОДЕЦКАЯ РОСПИСЬ**» [7] (свидетельство №25 с датой подачи заявки на регистрацию от 31.01.1996), выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товара: «изделия из дерева декоративно-художественного и утилитарного назначения: шкатулки, панно, иконы, пасхальные яйца, подсвечники, хлебницы, вазы, кухонные наборы, подставки, тарелки-панно, резные изделия, сундучок-скамеечка, ларцы, доски разделочные, солонки, мебель, в том числе столы, стулья, шкафы, кровати, конь-качалка, петух-качалка, кресло-качалка, сувениры».

Сравнительный анализ заявленного обозначения «**ГОРОДЕЦКИЙ СУВЕНИР**» и противопоставленного НМПТ «**ГОРОДЕЦКАЯ РОСПИСЬ**» [7] показал, что они являются сходными в силу того, что содержат в своем составе словесные элементы «**ГОРОДЕЦКИЙ**» / «**ГОРОДЕЦКАЯ**», сходные по звучанию и имеющие одинаковое смысловое значение («происходит из города Городец»). При этом, несмотря на разную семантику и фонетику словесных элементов «**СУВЕНИР**» и «**РОСПИСЬ**» (искусство декорирования красками какой-либо поверхности) в целом средства индивидуализации «**ГОРОДЕЦКИЙ СУВЕНИР**» и «**ГОРОДЕЦКАЯ РОСПИСЬ**» вызывают сходные смысловые ассоциации. Городецкая роспись является традиционным народным промыслом, изделия с использованием которой, как бытового, так и прикладного

характера, относятся к сувенирной продукции. При этом следует указать, что для изготовления Городецких печатных пряников, для маркировки которых предназначено заявленное обозначение, используются вырезанные печатные формы, рисунок которых стилизован под Городецкую роспись, т.е. характеризуется определенной сюжетностью и стилизацией составляющих ее элементов.

Принимая во внимание изложенные обстоятельства, усматривается ассоциирование сопоставляемых средств индивидуализации «ГОРОДЕЦКИЙ СУВЕНИР» и «ГОРОДЕЦКАЯ РОСПИСЬ» друг с другом за счет наличия в их составе указания на определенный географический регион (г. Городец), который стал известен в качестве места происхождения товаров определенного вида и с определенными свойствами, отнесенных к сувенирной продукции.

При этом следует констатировать, что заявитель не обладает правом пользования свидетельством на НМПТ «ГОРОДЕЦКАЯ РОСПИСЬ», а НМПТ или географического указания «ГОРОДЕЦКИЙ ПРЯНИК», несмотря на приведенный в возражении довод о том, что это обозначение является региональным брендом, не существует.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для признания заявленного обозначения «ГОРОДЕЦКИЙ СУВЕНИР» не соответствующим требованиям пункта 7 статьи 1483 Кодекса.

Что касается противопоставленных товарных знаков «БЕЛЁВСКИЙ СУВЕНИР» [1] по свидетельству №670412, «*Сувенир*» [2] по свидетельству №486118, «**СУВЕНИР**» [3] по свидетельству №236151, «**СУВЕНИР**  
SOUVENIR» [4] по свидетельству №126795, «**SOOVENIR**» [5] по свидетельству №472002, «*Сувенир*» [6] по свидетельство №190271, то необходимо отметить следующее.

Согласно сложившейся правоприменительной судебной практике относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 №10 «О

применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

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. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Товары 30 класса МКТУ заявленного обозначения являются либо идентичными, либо относятся к той же родовой группе, что и перечисленные в перечнях противопоставленных товарных знаках [1] – [4], [6] товары 30 класса МКТУ, относящиеся к такой категории пищевой продукции как «кондитерские изделия». Сопоставляемые товары являются продуктами питания, соотносятся между собой как вид/род, имеют одинаковое назначение и круг потребителей, предназначены для реализации через торговые предприятия, что обуславливает вывод об их однородности.

В свою очередь противопоставленный товарный знак [5] зарегистрирован для услуг 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба». Регистрация же заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается для услуг 35 класса МКТУ в области торговли (реализации товаров), а именно, «оптовая и розничная продажа товаров, а именно пряников, печатных пряников; услуги по продаже товаров, а именно пряников, печатных пряников; услуги магазинов по продаже товаров, а именно

*пряников, печатных пряников; оптовая и розничная продажа товаров, а именно пряников, печатных пряников, через магазины, интернет-магазины».*

Услуги 35 класса МКТУ «реклама» противопоставленного товарного знака [5] и услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения в области торговли относятся к продвижению товаров, вместе с тем характеризуются следующими особенностями.

Реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (статья 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»). Рекламные услуги оказываются рекламными агентствами другим лицам - различным производителям товаров и услуг. Потребителями рекламы являются теле-, радио- и интернет-аудитория, участники выставок.

Под услугой торговли понимается результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.

Реализацией товаров, работ или услуг организацией или индивидуальным предпринимателем признается соответственно передача на возмездной основе (в том числе обмен товарами, работами или услугами) права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом для другого лица, возмездное оказание услуг одним лицом другому лицу, а в случаях, предусмотренных Налоговым кодексом Российской Федерации, передача права собственности на товары, результатов выполненных работ одним лицом для другого лица, оказание услуг одним лицом другому лицу - на безвозмездной основе (статья 39 Налогового кодекса Российской Федерации).

Назначением услуг торговли (реализации товаров) является продажа покупателям товаров любых производителей, вида и ассортимента. Лицами, оказывающими данную услугу, являются торговые предприятия (магазины), в определенных случаях имеющие специальное разрешение (лицензию) на торговую

деятельность в целом или продажу отдельных видов товаров. Потребителями данного вида услуги являются все покупатели, заходящие в магазин для покупок.

Следовательно, услуги, связанные с торговлей (реализацией товаров), и непосредственно услуги по рекламе, имеют разные условия реализации, круг потребителей и являются услугами разного рода. В этой связи сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [5] признаются неоднородными.

В части сопоставительного анализа заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [2] - [5] необходимо констатировать наличие в их составе словесного элемента «СУВЕНИР» с указанным выше смысловым значением.

В свою очередь заявленное обозначение и противопоставления [1], [6] содержат в своем составе словесные элементы «ГОРОДЕЦКИЙ СУВЕНИР», «БЕЛЁВСКИЙ СУВЕНИР» [1], «КУРСКИЙ СУВЕНИР» [6], в которых словесные элементы «ГОРОДЕЦКИЙ», «БЕЛЁВСКИЙ», «КУРСКИЙ» представляют собой прилагательные от различных топонимов – российских городов Городец, Белёв, Курск.

В указанных словосочетаниях словесный элемент «СУВЕНИР» грамматически и лексически связан с вышеуказанными прилагательными, что порождает в сознании потребителя образы, привязанные к конкретному географическому объекту и сувенирной продукции, характерной для указанного региона. В то же время обозначение «СУВЕНИР» без конкретизации не вызывает ассоциаций с каким-то определенным изделием. В этой связи имеются основания для вывода о разном смысловом восприятии сравниваемых обозначений.

С точки зрения фонетического критерия сходства заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1] – [6] не совпадают по большинству признаков фонетического сходства: имеют разное количество слов, словов, букв, гласных, согласных. Наличие в противопоставленных товарных знаках двух слов значительно увеличивает фонетическую длину обозначения. Указанное обуславливает отсутствие сходства по фонетическому признаку сходства словесных элементов.

Следует отметить, что графический критерий сходства при сопоставлении заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков, выполненных стандартным шрифтом, имеет второстепенное значение в силу отсутствия каких-либо графических особенностей их исполнения, влияющих на его запоминание потребителями. Вместе с тем, наличие в их составе разного количества словесных элементов усиливает отличия сравниваемых словесных обозначений и с точки зрения графического критерия сходства.

Таким образом, принимая во внимание семантические, фонетические, графические отличия заявленного обозначения и противопоставлений [1] – [6], можно сделать вывод, что сравниваемые знаки не сходны друг с другом в целом, следовательно, товары и услуги 30, 35 классов МКТУ, для маркировки которых они предназначены, не будут смешиваться в гражданском обороте. В этой связи оснований для вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса не имеется.

Однако выявленное коллегией несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 7 статьи 1483 Кодекса обуславливает отказ в удовлетворении поступившего возражения.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:  
**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 30.05.2022, оставить в силе решение Роспатента от 30.01.2022.**