

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, рассмотрела поступившее 14.02.2023 возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Слядневым Александром Александровичем, г. Ставрополь (далее – заявитель; ИП Слядnev А.А.), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021755377, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «**АДСКИЙ ШЕФ**
КУЛИНАРНОЕ КВЕСТ-ШОУ» по заявке №2021755377 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 31.08.2021 на имя заявителя в отношении широкого перечня услуг 41 класса МКТУ с указанием словесного элемента «КУЛИНАРНОЕ КВЕСТ-ШОУ» в качестве неохраняемого.

Заявленный перечень услуг 41 класса МКТУ был ограничен федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности 25.12.2022 по заявлению заявителя такими услугами как «*организация спортивных состязаний; услуги образовательно-воспитательные*».

Роспатентом 28.12.2022 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг по причине его несоответствия требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «АДСКИЙ ШЕФ» воспроизводит название телепередачи, производство которой согласно сети Интернет (см. <https://chef.friday.ru/>) осуществляется ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА».

ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА» реализует большое количество проектов под различными названиями, в том числе «АДСКАЯ КУХНЯ» (см., например, <https://hells-kitchen.friday.ru/>), «МАША&ШЕФ» (см., например, <https://masha.friday.ru/>), «БИТВА ШЕФОВ» (см., например, <https://chiefbattle.friday.ru/>). Одновременно, на данный момент ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА» производит телепередачу под названием «АДСКИЙ ШЕФ» (см., например, <https://chef.friday.ru/>), которая является продолжением телепередачи «АДСКАЯ КУХНЯ».

Кроме того, ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА» является правообладателем товарных знаков по свидетельствам №845552, №812261, №650035, №644630, и, кроме того от ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА» было подано на регистрацию обозначение «АДСКИЙ ШЕФ» по заявке №2022735788 с приоритетом от 01.06.2022 в отношении услуг 41 класса МКТУ.

Таким образом, учитывая количество проектов, производимое ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА», а также серию товарных знаков, зарегистрированных на имя ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА», заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на имя заявителя, так как оно способно ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, указав на то, что заявка №2021755377 на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака была подана на девять месяцев ранее даты (01.06.2022) выхода в эфир кулинарного шоу «АДСКИЙ ШЕФ» на телеканале «ПЯТНИЦА».

При этом ИП Слядневу А.А. принадлежит кулинарное квест-шоу «АДСКИЙ ШЕФ», которое проходит в г. Ставрополе с 11.09.2021 года и пользуется популярностью у потребителя, широко рекламируется в Интернете, в том числе социальных сетях.

Телепередача «АДСКИЙ ШЕФ» не является продолжением телепередачи «АДСКАЯ КУХНЯ», поскольку между ними имеются принципиальные отличия в условиях игры, данные шоу являются самостоятельными проектами, выпускаемыми независимо друг от друга по настоящее время.

Приведенный в заключении довод о том, что ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА» является правообладателем товарных знаков «АДСКАЯ КУХНЯ» по свидетельствам №644630 и №654035 не соответствует действительности, поскольку исключительное право на данные средства индивидуализации переданы компании АйТиВи Студиос Лимитед, Великобритания на основании договора, зарегистрированного Роспатентом 09.02.2022 за №РД0387892.

ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА» не обладает приоритетным правом на все товарные знаки со словом «КУХНЯ», «ШЕФ», «АД» и производными от них словами.

Заявка №2022735788 на регистрацию товарного знака «АДСКИЙ ШЕФ» от имени ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА» поступила позднее даты приоритета рассматриваемого заявленного обозначения.

Также в поступившем возражении отмечается несоблюдение сроков предоставления государственной услуги, предусмотренных Административным регламентом предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов предоставления государственной услуги по регистрации товарного знака (далее – Административный регламент).

Принимая во внимание все вышеизложенные доводы, заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021755377 в отношении заявленных услуг.

К возражению приложены следующие документы, которые, по мнению заявителя, иллюстрируют доводы поступившего возражения:

(1) Делопроизводство по заявке №2021755377;

(2) Сведения о товарных знаках «Адская Кухня» по свидетельствам №644630 и №650035;

(3) Сведения по заявкам №2022735789, №2022735788;

(4) Скриншоты с информацией с официального сайта Телеканала ПЯТНИЦА о шоу «АДСКИЙ ШЕФ» и «АДСКАЯ КУХНЯ»;

(5) Скриншоты с информацией о квест-шоу «АДСКИЙ ШЕФ» из Телеграм-канала и ВКонтакте.

Что касается приведенного в возражении довода о нарушении сроков по осуществлению государственной услуги при экспертизе заявленного обозначения, предусмотренных Административным регламентом, то он принят к сведению. Вместе с тем настоящее возражение подано в соответствии с положениями пункта 1 статьи 1500 Кодекса, предусматривающим возможность оспаривание решения административного органа по заявкам на товарный знак, основанных на выводе о несоответствии заявленного обозначения требованиям материального права. Исследование вопроса нарушения установленных Административным регламентом сроков, допущенных при проведении экспертизы, в предмет оспаривания по возражению, поданному в порядке, предусмотренном пунктом 1 статьи 1500 Кодекса, не входит.

Вместе с тем необходимо указать, что на заседании коллегии, состоявшемся 03.04.2023, с учетом положений пункта 45 Правил ППС были выявлены дополнительные обстоятельства в рамках требований подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, препятствующие регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, а именно было установлено наличие сходства до степени смешения между заявленным обозначением и товарными знаками «Адская Кухня»

(свидетельство №644630 с приоритетом от 04.04.2017), «  »

(свидетельство №650035 с приоритетом от 25.05.2017), зарегистрированными в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ и принадлежащими компании АйТиВи Студиос Лимитед, АйТиВи Вайт Сити, 201 Вуд Лейн, Лондон, W12 7RU, Великобритания.

В соответствии с просьбой заявителя заседание коллегии по рассмотрению возражения было перенесено для обеспечения возможности заявителю представить соответствующие аргументы относительно дополнительных оснований для отказа в регистрации товарного знака по заявке №2021755377.

Однако на 11.05.2023 заявитель, надлежащим образом уведомленный о новой дате, времени и месте рассмотрения поступившего возражения, свои доводы в поддержку регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака не представил и на заседании коллегии отсутствовал. Между тем, в соответствии с пунктом 41 Правил ППС неявка стороны спора, надлежащим образом уведомленной о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания.

Следует также отметить, что 05.05.2023 от ООО «Телеканал ПЯТНИЦА» поступило обращение по настоящему делу, согласно которому указанное лицо выражает свой протест против регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, мотивируя это тем, что спорное обозначение ассоциируется с кулинарным шоу телеканала «ПЯТНИЦА» и в отношении ИП Сляднева А.А. способно ввести потребителя в заблуждение. Указанное обращение было доступно для обозрения заявителем на новую дату заседания коллегии.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (31.08.2021) поступления заявки №2021755377 правовая база для оценки охраноспособности 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 пункта 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.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

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 требований подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Исходя из пункта 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 требованиями подпункта 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 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.

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 заявленном 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; 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.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 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).



АДСКИЙ ШЕФ
КУЛИНАРНОЕ КВЕСТ-ШОУ

Заявленное обозначение «**АДСКИЙ ШЕФ** КУЛИНАРНОЕ КВЕСТ-ШОУ» по заявке №2021755377 с приоритетом от 31.08.2021 является комбинированным, включает в свой состав словесные элементы «АДСКИЙ ШЕФ» и «КУЛИНАРНОЕ КВЕСТ-ШОУ», выполненные буквами кириллического алфавита в стандартном шрифтовом исполнении, а также изобразительный элемент в виде кириллической буквы «Ш» в оригинальной графике.

Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака с учетом ограничения перечня на стадии экспертизы испрашивается в отношении услуг 41

класса МКТУ «организация спортивных состязаний; услуги образовательно-воспитательные».

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «КУЛИНАРНОЕ КВЕСТ-ШОУ» является неохраняемым согласно пункту 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку характеризует заявленные услуги 41 класса МКТУ. Неохраноспособность указанного словесного элемента отмечалась самим заявителем при подаче заявки на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака.

Кроме того, в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «АДСКИЙ ШЕФ», представляющий собой словосочетание, состоящее из двух лексических единиц русского языка¹, связанных друг с другом лексически и грамматически, где:

«адский» - 1. прилагательное к слову «ад»; дьявольский; злобный. *Адские силы. Адский замысел. Адский смех.* 2. перен. сильный, невыносимый (разг.). *Адский холод. Адская жара. Адская скука;*

«шеф» - 1. начальник, глава (книжн.). *Шеф учреждения;* 2. повар-руководитель (спец.). *Шеф кухни;* 3. учреждение, принявшее шефство над кем-чем-нибудь (неол.). *Завод - шеф колхоза.*

Приведенные значения слов позволяют заключить, что смысловое содержание словосочетания «АДСКИЙ ШЕФ» имеет следующую трактовку: «шеф кухни из ада» или «дьявольский шеф на кухне». При этом слово «АДСКИЙ» акцентирует на себе внимание потребителя, обуславливает смысловое значение всего обозначения в целом, вызывает ассоциации с таким мистическим пространством как ад, т.е. посмертным местом наказания грешников, которое, как правило, противопоставляется раю и ассоциируется с состоянием мучительного страдания².

¹ Толковый словарь Ушакова, Д.Н. Ушаков. 1935-1940, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/737698>, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1091798>.

² См. «ад», <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/20718?ysclid=liam0xnofz471117659>.

Вместе с тем коллегией выявлены товарные знаки «Адская Кухня» по

свидетельству №644630 с приоритетом от 04.04.2017, «» по свидетельству №650035 с приоритетом от 25.05.2017, зарегистрированные в отношении услуг 41 класса МКТУ «*проведение экзаменов; издание книг; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; предоставление оборудования для караоке; видеосъемка; организация и проведение коллоквиумов; обучение практическим навыкам [демонстрация]; услуги спортивных лагерей; организация и проведение семинаров; развлечения; прокат кинопроекторов и кинооборудования; организация досуга; учреждения дошкольные [воспитание]; составление программ встреч [развлечение]; радиопередачи развлекательные; услуги школ [образование]; услуги студий записи; игры азартные; прокат декораций для шоу-программ; парки аттракционов; сады зоологические; макетирование публикаций, за исключением рекламных; организация балов; перевод с языка жестов; сочинение музыки; организация и проведение мастер-классов [обучение]; услуги диск-жокеев; организация выставок с культурно-просветительной целью; мюзик-холлы; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; развлечения гостей; услуги образовательно-воспитательные; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; услуги оркестров; услуги казино [игры]; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; предоставление полей для гольфа; предоставление услуг игровых залов; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; представления театрализованные; публикация интерактивная книг и периодики; прокат радио-и телевизионных приемников; тьюторинг; фоторепортажи; прокат кинофильмов; обучение заочное; прокат аудиооборудования; обучение гимнастике; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; услуги клубов [развлечение или просвещение];*


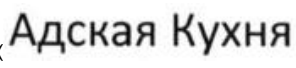

услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; киностудии; фотографирование; услуги каллиграфов; микрофильмирование; дублирование; информация по вопросам воспитания и образования; академии [обучение]; организация показов мод в развлекательных целях; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; шоу-программы; дискотеки; дрессировка животных; служба новостей; информация по вопросам отдыха; монтаж видеозаписей; услуги музеев [презентация, выставки]; передвижные библиотеки; аренда спортивных площадок; организация и проведение симпозиумов; проведение фитнес-классов; передачи развлекательные телевизионные; прокат оборудования для игр; прокат видеофильмов; прокат театральных декораций; предоставление услуг кинозалов; написание музыки; предоставление спортивного оборудования; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация и проведение концертов; монтирование теле-и радиопрограмм; услуги по распространению билетов [развлечение]; обеспечение интерактивными электронными публикациями незагружаемыми; прокат видеокамер; организация лотерей; переподготовка профессиональная; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; представления театральные; прокат оборудования стадионов; воспитание физическое; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; клубы-кафе ночные; агентства по предоставлению моделей для художников; образование религиозное; аренда теннисных кортов; редактирование текстов, за исключением рекламных; услуги по написанию сценариев; прокат снаряжения для подводного погружения; услуги устных переводчиков; организация конкурсов красоты; прокат видеомэгнитофонов; прокат игрушек; прокат звукозаписей; услуги переводчиков; школы-интернаты; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; программирование спортивных состязаний; субтитрование; услуги баз отдыха [развлечения]; информация по вопросам развлечений; организация спортивных состязаний; цирки; обеспечение интерактивное игрой через компьютерную сеть» на имя иного лица, а именно компании АйТиВи Студиос Лимитед.

Указанные товарные знаки включают индивидуализирующий словесный элемент «АДСКАЯ КУХНЯ», который, как и заявленное обозначение, представляет собой словосочетание, состоящее из слов русского языка, где присутствует слово «адская» с вышеуказанным значением, а также слово «кухня», означающее: 1. помещение с плитой или печью, где стряпают кушанья. *Посуду унесли на кухню*; 2. прибор для приготовления кушаний. *Керосиновая кухня*; 3. кушанья, питание, подбор кушаний. *Мне не нравится французская кухня. Ресторанная кухня*; 4. перен. интриги, темные делишки. *Надо разоблачить всю эту вашу кухню* (см. Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/847170>).

Индивидуализирующий словесный элемент «АДСКАЯ КУХНЯ» противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №644630, №650035 в силу семантики слов «адская» и «кухня» вызывает наиболее очевидное для потребителя представление о месте для изготовления еды, связанном с адом.



АДСКИЙ ШЕФ
КУЛИНАРНОЕ КВЕСТ-ШОУ

Сопоставительный анализ заявленного обозначения « АДСКИЙ ШЕФ КУЛИНАРНОЕ КВЕСТ-ШОУ» и противопоставленных товарных знаков « Адская Кухня», « АДСКАЯ КУХНЯ» с учетом всех словесных элементов в их составе, в том числе неохраняемых («КУЛИНАРНОЕ КВЕСТ-ШОУ»), показал, что они вызывают одинаковые смысловые образы, которые сводятся к приготовлению пищи, кулинарией в аду, т.е. являются сходными семантически. Также индивидуализирующие словесные элементы «АДСКИЙ ШЕФ» и «АДСКАЯ КУХНЯ» сравниваемых обозначений имеют фонетическое сходство за счет слов «АДСКИЙ» / «АДСКАЯ», которые занимают первоначальное положение и акцентируют на себе внимание потребителя в первую очередь. Кроме того, данные индивидуализирующие обозначения выполнены буквами одного алфавита, что сближает сравниваемые обозначения визуально.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №644630, №650035 в силу их семантического, фонетического и графического сходства ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия.

Вместе с тем, на вероятность смешения сравниваемых обозначений в равной степени оказывает влияние как наличие между ними сходства, так и однородность товаров (услуг), для сопровождения которых в гражданском обороте они предназначены.

В рассматриваемом случае услуги 41 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №644630, №650035 идентичны.

Установленное выше сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №644630, №650035, а также однородность (идентичность) сопоставляемых услуг 41 класса МКТУ, для сопровождения которых предназначены сравниваемые обозначения, приводят к выводу о несоответствии заявленного обозначения требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанный вывод соответствует правоприменительной практике относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», 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.

Между тем, необходимо отметить, что изначально противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №644630, №650035 были зарегистрированы на имя ООО «Телекомпания ПЯТНИЦА» с целью индивидуализации кулинарного шоу

«АДСКАЯ КУХНЯ», которое транслировалось на одноименном телеканале «ПЯТНИЦА» с 2017 года, насчитывает 22 серии и доступно для просмотра в настоящее время согласно официальному сайту телеканала (<https://hells-kitchen.friday.ru/>). В основу программы положено кулинарное соревнование между несколькими участниками шоу.

Следует отметить, что телеканал «ПЯТНИЦА» является федеральным российским телеканалом с охватом эфирного и кабельного телевидения на 729 городов России и СНГ. Спутниковая и кабельная трансляция обеспечиваются базовыми пакетами всех российских операторов³.

Подобный охват зрительской аудитории обуславливает вывод об известности широкому кругу потребителей как самого канала, так и выпускаемых под его эгидой телевизионных продуктов.

Кроме того, как следует из разных Интернет-источников информации⁴, кулинарное шоу «АДСКАЯ КУХНЯ» действительно было известно еще до даты приоритета заявленного обозначения по заявке №2021755377 и ассоциировалось именно с телепередачей, которая в России по лицензии с иностранным производителем кулинарного шоу «Hell's kitchen⁵» изначально транслировалась на канале РЕН ТВ с 2012 года, а затем была приобретена телеканалом «ПЯТНИЦА». В дальнейшем (01.06.2022) на телеканале «ПЯТНИЦА» вышла в эфир программа «АДСКИЙ ШЕФ», производство которой осуществляется по настоящее время.

Коллегия приняла во внимание доводы заявителя относительно того, что организованное им кулинарное квест-шоу в городе Ставрополе начало свою работу с 11.09.2021, т.е. за 9 месяцев до запуска первого выпуска кулинарного шоу «АДСКИЙ ШЕФ» на телеканале «ПЯТНИЦА».

Однако, отзывы⁶ зрителей программы «АДСКИЙ ШЕФ» телеканала «ПЯТНИЦА» свидетельствуют о том, что программы «АДСКИЙ ШЕФ» и

³ <https://ru.wikipedia.org/wiki/Пятница!>

⁴ https://otzovik.com/reviews/tv-peredacha_adskaya_kuhnya_pyatnica/?ysclid=liao1xehda905013316,
[https://cyclowiki.org/wiki/Адская_кухня_\(телепередача,_Россия\)](https://cyclowiki.org/wiki/Адская_кухня_(телепередача,_Россия)),
<https://irecommend.ru/content/adskaya-kukhnya-russkaya-versiya>.

⁵ [https://ru.wikipedia.org/wiki/Адская_кухня_\(телепередача\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Адская_кухня_(телепередача)).

⁶ https://otzovik.com/reviews/tv-peredacha_adskiy_shef_pyatnica/?ysclid=liao1xehda905013316.

«АДСКАЯ КУХНЯ» ассоциируются, во-первых, друг с другом, а, во-вторых, с телеканалом «ПЯТНИЦА».

В этой связи заявленное обозначение со словесным элементом «АДСКИЙ ШЕФ», фактически представляющее собой проект, основанный на кулинарном соревновании, будет вызывать представление об упомянутой телевизионной программе, а, значит, ассоциироваться не с ИП Слядневым А.А., а с телеканалом «ПЯТНИЦА». Тем самым усматривается вероятность возникновения у потребителя услуг, сопровождаемых заявленным обозначением, не соответствующих действительности представлений о лице, их оказывающем. Следовательно, в настоящем деле имеется основание для вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса в силу его способности ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя соответствующих услуг.

Резюмируя все вышеизложенные обстоятельства в совокупности, в силу наличия выводов о несоответствии заявленного обозначения требованиям пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса, коллегия не усматривает причины для отмены оспариваемого решения Роспатента и удовлетворения поступившего возражения.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.02.2023, изменить решение Роспатента от 28.12.2022 и отказать в регистрации товарного знака по заявке №2021755377 с учетом дополнительных оснований.