

**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 27.06.2025, поданное Индивидуальным предпринимателем Соболь Юлией Алексеевной, г. Донецк (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023790361 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Словесное обозначение «ДОНМАК» по заявке №2023790361, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 22.09.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 16, 21, 25, 29, 30, 32 и услуг 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 28.02.2025 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении заявленных товаров 16, 21, 25, 29, 30, 32 и услуг 35, 43 классов МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому знак не соответствует требованиям пунктов 3, 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с названием продукции, изготовителем которой является компания «McDonald's» (Американская корпорация, работающая в сфере общественного питания, крупнейшая в мире сеть ресторанов быстрого питания, работающая по системе франчайзинга, см., например, <https://mcdonald.ru/product/big-mak/>; <https://mcdonaldsmenu.ru/burgers/big-mak-47218>; <https://mac-donald.ru/>), в связи с чем заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на имя заявителя Соболь Юлия Алексеевна на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку способно ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров, лица, оказывающего услуги.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с серией товарных знаков со словесным элементом «МАК»/«МАС»/«МС», зарегистрированных на имя Макдоналдс Корпорейшн, корпорация штата Делавэр, 110 Норс Карпентер стрит, Чикаго, Иллинойс, 60607, Соединенные Штаты Америки (св-ва под №№62593, приоритет 21.12.1977; № 850941, приоритет 02.02.2022; № 186251, приоритет 08.10.1998; № 848684, приоритет 19.08.2021; № 824821, приоритет 07.04.2021; № 905948, приоритет 10.12.2020; № 702527, 702526, приоритет 30.07.2018; №123530, приоритет 12.02.1993; № 651522, приоритет 14.06.2017; № 609890, № 599228, № 600791, № 600790, приоритет 22.01.2016; № 488227, приоритет 21.06.2012 (продлен до 21.06.2032); № 450325, приоритет 13.01.2011 (продлен до 13.01.2031); № 440906, приоритет 25.11.2010 (продлен до 25.11.2030); № 445703, приоритет 24.11.2010 (продлен до 24.11.2030); № 436138, приоритет 10.08.2010 (продлен до 10.08.2030); № 430817, приоритет 14.12.2009 (продлен до 14.12.2029); № 358605, приоритет 31.05.2007 (продлен до 31.05.27); № 324432, № 324365, приоритет 19.12.2005 (продлен до 19.12.25); № 349162, № 330538, приоритет 16.12.2005 (продлен до 16.12.25); № 324429, приоритет 06.12.2005 (продлен до 06.12.2025); № 241248, приоритет 03.05.2001 (продлен до 03.05.2031); № 178068, приоритет 27.02.1998 (продлен до 27.02.28); № 166523, приоритет 25.07.1996 (продлен до 25.07.2026); № 161471, приоритет 14.02.1996

(продлен до 14.02.2026); № 111022, приоритет 02.08.1990 (продлен до 02.08.2030); № 84919, приоритет 12.07.1988 (продлен до 12.07.28); № 84627, 84446 приоритет 31.05.1988 (продлен до 31.05.28); № 83087, приоритет 12.10.1987 (продлен до 12.10.27); № 64020, приоритет 20.10.1978 (продлен до 20.10.2028); № 62644, приоритет 09.03.1978 (продлен до 09.03.28); № 61940, приоритет 27.12.1977 (продлен до 27.12.27), в отношении товаров и услуг 16, 21, 25, 29, 30, 32, 35, 42, 43 классов МКТУ, признанных экспертизой однородными заявленным товаром и услугам 16, 21, 25, 29, 30, 32, 35, 43 классов МКТУ.

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

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными экспертизой товарными знаками;
- выводы экспертизы не обоснованы и у потребителей отсутствует ассоциация между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками, тем более, что противопоставленные товарные знаки принадлежат правообладателю, который на текущий момент не ведёт деятельность в России, а все предприятия, которые ранее находились в сети заведений переименованы в обозначение «ВКУСНО И ТОЧКА»;
- заявленное обозначение существенно отличается от противопоставленных товарных знаков по фонетическому, графическому, семантическому признакам сходства;
- заявитель отмечает, что законность регистрации слова, словесного элемента либо части слова «МАК» подтверждает практика Роспатента по регистрации товарных знаков со словом, словесным элементом либо частью слова «МАК» без противопоставления продукции и серии товарных знаков Макдоналдс Корпорейшн.

С учетом приведенных в возражении доводов заявитель просит отменить решение Роспатента 28.02.2025 и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2023790361 в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (22.09.2023) поступления заявки №2023790361 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).

Согласно положению пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарного знака обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо 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 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.

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 обозначение «ДОНМАК» является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров 16, 21, 25, 29, 30, 32 и услуг 35, 43 классов МКТУ.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг основано на наличии сходных до степени смешения товарных знаков.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям, изложенным в пункте 6 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№850941 (McDAK) [2], 848684 (Макдак) [4], 824821 (БИГ МАК) [5], 905948 (МакФлурри) [6], 702527 (McСОМВО) [7], 702526 (МакКОМБО) [8], 123530 (МАКДОНАЛДС)

[9], 651522 (МакДоставка) [10], 609890 (Чикен **МАК** наггетс) [11], 599228 (МакДО **налдс**) [12],

600791 (БИМ **БАК**) [13], 600790 (МакДО **налдс**) [14], 488227 (МакБайтс) [15], 440906 (Маккиоск) [17], 445703 (МАКДОНАЛЬДС) [18], 436138 (Big Mac) [19], 324432

(РОНАЛД МАКДОНАЛД) [22], 324365 (БИГ МАК) [23], 349162 (МАКМАФИН С ЯЙЦОМ) [24], 330538 (ЭГ МАКМАФИН) [25], 324429 (МАКДОНАЛДЛЭНД) [26], 241248 (McCAFE) [27], 178068 (МакФЛЮРРИ) [28], 166523 (МакАВТО) [29], 161471 (McDRIVE) [30], 84919 (Большой Мак) [32], 84627 (БИГ МАК) [33], 84446 (МАКДОНАЛДС) [34], 83087 (MAC FRIES) [35], 61940 (BIG MAC) [38], являются словесными, в состав которых входит словесный элемент «МАК»/«МАС», выполненный буквами русского или латинского алфавитов.



Упомянутые словесные элементы в составе комбинированных товарных знаков являются наиболее значимыми, поскольку на них акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначений в целом, что обуславливает их смысловое доминирование. Необходимо отметить, что второстепенность изобразительного элемента по отношению к словесному элементу характерна для большинства товарных знаков, где изобразительный элемент, как правило, выступает в качестве вспомогательного различительного элемента.

Таким образом, анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

При проведении сопоставительного анализа заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-38] было установлено, что в состав

заявленного обозначения и противопоставленных товарных входят фонетически тождественные словесные элементы «МАК»/«МАС».

Кроме того, фонетическое сходство усиливается присутствием созвучной начальной части «ДОН-» заявленного обозначения с частью «-Don-» словесного элемента «McDonald's» противопоставленных товарных знаков [1, 3,], с частью «-ДОН-» словесного элемента «МАКДОНАЛДС» противопоставленных товарных знаков [9, 12, 14, 18, 22, 26, 31, 34], с начальной частью «ДОН-» словесного элемента «ДОНАЛЬД» противопоставленного товарного знака [37].

Что касается семантического фактора сходства, следует отметить следующее.

Анализ словарно-справочных источников показал, что словесный элемент «ДОНМАК» заявленного обозначения отсутствует в специальных общедоступных словарно-справочных источниках, следовательно, оспариваемое обозначение является фантазийным, ввиду чего, говорить о наличии конкретной семантики у данного обозначения, не прибегая при этом к рассуждениям и домысливанию при его восприятии, не представляется возможным.

Графическое сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [4, 5, 6, 8-10, 15-19, 22-26, 28, 29, 32, 33, 34], обусловленное тем, что они выполнены стандартным шрифтом буквами русского алфавита, что усиливает сходство сравниваемых обозначений.

При этом графическое отличие заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1, 3, 16, 20, 21, 31, 36, 37] не оказывает существенного влияния на вывод об их сходстве, поскольку графическая проработка противопоставленных товарных знаков не снимает высокой степени фонетического сходства их словесных составляющих, которое определяет запоминание знаков потребителями.

С учетом изложенного заявленное обозначение «ДОНМАК» следует признать сходным с товарными знаками [1-38] зарегистрированных на имя лица, подавшего возражение, в основу которых положен словесный элемент «МАК»/«МАС».

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

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

Анализ товаров 16, 21, 25, 29, 30, 32 и услуг 35, 43 классов МКТУ, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

Товары 16 класса МКТУ «бумага упаковочная; вывески бумажные или картонные; коробки бумажные или картонные; купоны печатные; листовки; листы бумажные или пластиковые абсорбирующие для упаковки пищевых продуктов; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]» заявленного обозначения являются однородными с товарами 16 класса МКТУ «печатная продукция» противопоставленных товарных знаков [3, 11, 12, 13, 14], с товарами 16 класса МКТУ «бумага, картон и изделия из них, не относящиеся к другим классам, печатная продукция, материалы для переплетных работ, писчебумажные товары, клейкие вещества для канцелярских и бытовых целей, принадлежности для художников, кисти, пластмассовые материалы для упаковки, не относящиеся к другим классам» противопоставленных товарных знаков [9, 31], поскольку относятся к одному виду товаров (печатная продукция, упаковка, канцелярские товары), имеют сходные характерные особенности, одинаковый круг потребителей и условия реализации, а также имеют одинаковое назначение и область применения, то есть являются сопутствующими.

Товары 21 класса МКТУ «стаканчики бумажные или пластмассовые; стаканы [емкости]; стаканы для напитков; тарелки; тарелки бумажные; тарелки одноразовые» заявленного обозначения являются однородными с товарами 21 класса МКТУ «домашняя или кухонная утварь и посуда, за исключением изготовленной из благородных металлов или покрытой ими»

противопоставленного товарного знака [9], поскольку относятся к одному виду товаров (посуда), имеют сходные характерные особенности, одинаковый круг потребителей и условия реализации, а также имеют одинаковое назначение и область применения, то есть являются сопутствующими.

Товары 25 класса МКТУ «кечки [головные уборы]; одежда; одежда форменная; пуловеры; рубашки; фартуки [одежда]; футболки; юбки-шорты» заявленного обозначения являются однородными с товарами 25 класса МКТУ «одежда, обувь, головные уборы» противопоставленных товарных знаков [9, 31], поскольку относятся к одному виду товаров (одежда), имеют сходные характерные особенности, одинаковый круг потребителей и условия реализации, а также имеют одинаковое назначение и область применения, то есть являются сопутствующими.

Товары 29 класса МКТУ «коктейли молочные» заявленного обозначения являются однородными с товарами 29 класса МКТУ «молоко, молочные продукты, безалкогольные напитки» противопоставленных товарных знаков [1, 22, 24, 25, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38], поскольку относятся к одному виду товаров (молочные продукты), имеют сходные характерные особенности, одинаковый круг потребителей и условия реализации, а также имеют одинаковое назначение и область применения, то есть являются сопутствующими.

Товары 30 класса МКТУ «вафли; изделия кондитерские из сладкого теста, преимущественно с начинкой; изделия кондитерские из слоенного теста; изделия кондитерские мучные; изделия кондитерские фруктовые; кофе; круассаны; мороженое; напитки какао-молочные; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; напитки чайные; напитки шоколадно-молочные; напитки шоколадные; сэндвичи; чай; чизбургеры [сэндвичи]» заявленного обозначения являются однородными с товарами 30 класса МКТУ «десерты; пирожные, кондитерские изделия, шоколад, кофе, заменители кофе, чай, сандвичи, пироги, конфеты» противопоставленных товарных знаков [1, 36, 37, 38], с товарами 30 класса МКТУ «бургеры» противопоставленного товарного знака [5], с товарами 30 класса МКТУ «десертные продукты на молочной основе, а именно мороженое и изделия кондитерские замороженные» противопоставленного товарного знака [6], с

товарами 30 класса МКТУ «сэндвичи для употребления в пищу, сэндвичи с мясом, сэндвичи со свининой, сэндвичи с рыбой, сэндвичи с курицей, бисквиты, галеты, хлеб, изделия кондитерские из сладкого теста, преимущественно с начинкой, пирожные, торты, печенье, шоколад, кофе, заменители кофе, чай, изделия кондитерские мучные» противопоставленных товарных знаков [12, 13, 21, 22, 23, 24], с товарами 30 класса МКТУ «сандвичи, включая сандвичи с мясом, свининой, рыбой, курицей, хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, шоколад, кофе, заменители кофе, чай» противопоставленного товарного знака [28], с товарами 30 класса МКТУ «кофе, чай, какао, заменители кофе, хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, мороженое, мед, сироп из патоки» противопоставленного товарного знака [31], с товарами 30 класса МКТУ «пироги, печенье, изделия из теста, шоколад, сахар, конфеты, кофе, заменители кофе, чай; сэндвичи, включенные в 30 класс» противопоставленных товарных знаков [32, 33, 34], поскольку относятся к одному виду товаров (кондитерские и мучные изделия, сендвики), имеют сходные характерные особенности, одинаковый круг потребителей и условия реализации, а также имеют одинаковое назначение и область применения, то есть являются сопутствующими.

Товары 32 класса МКТУ «напитки безалкогольные» заявленного обозначения являются однородными с товарами 32 класса МКТУ «безалкогольные напитки, сиропы и прочие составы для приготовления напитков» противопоставленных товарных знаков [1, 22, 34, 36, 37], с товарами 32 класса МКТУ «минеральные и газированные воды и прочие безалкогольные напитки, фруктовые напитки и фруктовые соки, сиропы и прочие составы для изготовления напитков» противопоставленного товарного знака [31], поскольку относятся к одному виду товаров (безалкогольные напитки), имеют сходные характерные особенности, одинаковый круг потребителей и условия реализации, а также имеют одинаковое назначение и область применения, то есть являются сопутствующими.

Услуги 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы; выписка счетов; демонстрация товаров; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по

организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; макетирование рекламы; маркетинг; написание рекламных текстов; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; подготовка платежных документов; помочь в управлении бизнесом; предоставление деловой информации; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство рекламных фильмов; прокат рекламных щитов; 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 телевизионная; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги рекламного агентства» заявленного обозначения являются однородными с услугами 35 класса МКТУ «услуги, связанные с ресторанами и другими заведениями или учреждениями, занятыми в заготовлении пищевых продуктов и напитков, готовых к употреблению, а также в продаже и в содействии в продаже комбинированных пищевых блюд высшего качества; управленические услуги по созданию и работе ресторанов; приготовление пищевых продуктов на вынос» противопоставленных товарных знаков [1, 37], с услугами 35 класса МКТУ «услуги продовольственных киосков» противопоставленных товарных знаков [16, 17], с услугами 35 класса МКТУ «помощь в управлении делами, помощь в управлении коммерческими операциями, помощь в управлении промышленными операциями в области создания и функционирования ресторанов и других предприятий

общественного питания» противопоставленного товарного знака [29], с услугами 35 класса МКТУ «услуги по управлению созданием и функционированием ресторанов и других предприятий общественного питания» противопоставленного товарного знака [30], с услугами 35 класса МКТУ «управленческие услуги по созданию и работе ресторанов» противопоставленного товарного знака [34], поскольку относятся к одному виду услуг (продвижение товаров и реклама), тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, соотносятся как род/вид.

Услуги 43 класса МКТУ «информация и консультации по вопросам приготовления пищи; услуги баров; услуги закусочных; услуги кафе; услуги кафетериев; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги ресторанов самообслуживания; услуги столовых» заявленного обозначения являются однородными с услугами 42 класса МКТУ «приготовление пищевых продуктов на вынос; создание инструкций и учебных материалов по работе ресторанов; услуги по проектированию, строительству, оборудованию и работе таких ресторанов» противопоставленного товарного знака [1], с услугами 43 класса МКТУ «услуги ресторанов» противопоставленных товарных знаков [2, 4, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20], с услугами 43 класса МКТУ «услуги, оказываемые или связанные с функционированием ресторанов и других предприятий или оборудования, предназначенных для обеспечения готовыми блюдами и напитками; приготовление и продажа готовой к употреблению пищи» противопоставленных товарных знаков [22, 26], с услугами 42 класса МКТУ «услуги, оказываемые или связанные с функционированием и франчайзингом ресторанов и других предприятий или оборудования, предназначенных для обеспечения готовыми блюдами и напитками; приготовление и продажа готовой к употреблению пищи; проектирование и конструирование ресторанов, предприятий и оборудования; обучение персонала управлению и функционированию ресторанов, предприятий и оборудования» противопоставленного товарного знака [27], с услугами 42 класса МКТУ «рестораны, рестораны самообслуживания, кафе, кафетерии, бары (обслуживание),

буфеты общественные, снабжение продовольственными товарами, буфеты, услуги по приготовлению и продаже готовой к употреблению пищи, относящиеся к 42 классу, франчайзинг ресторанов и других предприятий общественного питания (предоставление комплекса исключительных прав на использование объектов интеллектуальной собственности)» противопоставленных товарных знаков [29, 30], с услугами 42 класса МКТУ «управление ресторанами, реализация питания на вынос» противопоставленного товарного знака [31], с услугами 42 класса МКТУ «услуги, связанные с ресторанами и другими заведениями и предприятиями питания, занятыми в обеспечении продуктами и напитками, готовыми к употреблению, а также продажи и создание оригинальных блюд из комбинации пищевых продуктов; изготовление пищевых продуктов навынос, услуги по проектированию ресторанов, заведений и предприятий питания» противопоставленного тарного знака [34], с услугами 42 класса МКТУ «услуги, связанные с ресторанами и с другими заведениями и предприятиями, занятыми в изготовлении пищевых продуктов и напитков, готовых к употреблению, а также в продаже и содействии в продаже комбинированных пищевых блюд высшего качества; управленические услуги по созданию и работе ресторанов; приготовление пищевых продуктов навынос; создание инструкций и учебных материалов по работе ресторанов» противопоставленных товарных знаков [36, 37], поскольку относятся к одному виду услуг (услуги в области общественного питания), тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, соотносятся как род/вид.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-38] в отношении однородных товаров 16, 21, 25, 29, 30, 32 и услуг 35, 43 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Относительно несоответствия заявленного обозначения пункту 3 статьи 1483 Кодекса как вводящего в заблуждение относительно компании «McDonald's», (Американская корпорация, работающая в сфере общественного питания,

крупнейшая в мире сеть ресторанов быстрого питания, работающая по системе франчайзинга), коллегия отмечает следующее.

Обращение к сайтам, приведенным в решении Роспатента, показало наличие информации о крупнейшей американской компании «McDonald's», которая производит и реализует широкий ассортимент еды и напитков по всему миру.

С учетом изложенного, наличие высокого объема информации об американской корпорации, работающей в сфере общественного питания, и долгое время присутствие соответствующей продукции на рынке Российской Федерации, средний российский потребитель осведомлен о данной продукции и ее производителе.

При этом, выше было установлено сходство заявленного обозначения с товарными знаками «Макдоналдс Корпорейшн».

В связи с чем, коллегия полагает, что при восприятии заявленного обозначения, включающего словесный элемент «ДОНМАК», потребитель может воспринять, что данная продукция относится к компании «Макдоналдс Корпорейшн», является новым продуктом данной компании, продолжением линейки товаров со словесными элементами «МАК»/«МАС», что повлечет формирование в его сознании правдоподобных ложных ассоциаций, способных ввести в заблуждение относительно производителя товара.

При этом, довод заявителя о том, что в настоящее время указанная компания не работает на территории Российской Федерации, в связи с чем, потребитель не может быть введен в заблуждение относительно лица, производящего товары и оказывающего услуги, является неубедительным, поскольку, в возражении не доказана утрата ассоциаций у российского потребителя между компанией «McDonald's» и противопоставленными знаками.

С учетом вышеизложенного, коллегия соглашается с выводом, изложенным в решении Роспатента, о несоответствии заявленного обозначения положениям пункта 3 статьи 143 Кодекса.

Относительно приведенных в возражении примеров регистраций, которые, с точки зрения заявителя, могут косвенно свидетельствовать о возможности

регистрации заявленного обозначения, коллегия отмечает то, что данные регистрации касаются иных обозначений, делопроизводство по которым велось самостоятельным независимым порядком, не имеющим отношения к делопроизводству по рассматриваемому обозначению.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 27.06.2025,  
оставить в силе решение Роспатента от 28.02.2025.**