

**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 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 28.07.2023 возражение, поданное индивидуальным предпринимателем Питневым А.В., Игринский район, п. Игра (далее – заявитель), на решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022768443, при этом установила следующее.

**ДРУЖБА  
КРЕПКАЯ<sup>о</sup>**

Комбинированное обозначение «**ДРУЖБА  
КРЕПКАЯ<sup>о</sup>**» по заявке №2022768443, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 27.09.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 33, 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 23.06.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022768443 в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ с выведением из правовой охраны элементов «КРЕПКАЯ» и «<sup>о</sup>», при этом в отношении всех испрашиваемых товаров и услуг 33, 43 классов МКТУ, а также в отношении иной части заявленных услуг 35 класса МКТУ правовая охрана не была предоставлена. Основанием для принятия решения явилось

заключение по результатам экспертизы, согласно которому знак не соответствует требованиям пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное решение обосновано тем, что в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «КРЕПКАЯ», который обозначает «малоразбавленный, насыщенный» (<https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=12313>), характеризует часть заявленных товаров 33 класса МКТУ, а также все заявленные услуги 35 класса МКТУ, указывая на их свойства, ввиду чего является неохраняемым элементом заявленного обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Также в состав заявленного обозначения входит элемент «°», который представляет собой типографский символ, используемый для обозначения крепости алкоголя ([https://ru.wikipedia.org/wiki/Знак\\_градуса](https://ru.wikipedia.org/wiki/Знак_градуса)), не обладает различительной способностью и является неохраняемым элементом заявленного обозначения.

Вместе с тем, в отношении другой части заявленных товаров 33 класса МКТУ (например, «аперитивы; вино из виноградных выжимок; коктейли; ликеры; напиток медовый [медовуха]; сидр грушевый; сидры»), не имеющих отношения к крепким алкогольным напиткам, словесный элемент «КРЕПКАЯ» заявленного обозначения будет вводить потребителя в заблуждение в отношении их свойств, следовательно, заявленное обозначение не соответствует положениям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с ранее зарегистрированными на имя других лиц товарными знаками:

- с товарным знаком «**ДРУЖБА**» (по свидетельству №472293 с приоритетом от 22.07.2011) в отношении товаров 33 класса МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 33 класса МКТУ [1];



- с товарным знаком «**ДРУЖБА**» (по свидетельству №276588 с приоритетом от 14.01.2002) в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 43 классов МКТУ [2];

- с товарным знаком «**ДРУЖБА**» (по свидетельству №151549/1 с приоритетом от 01.08.1995) в отношении услуг 35 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 класса МКТУ [3].

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 28.07.2023 заявитель выражает несогласие с решением Роспатента от 23.06.2023, при этом его основные доводы сводятся к следующему:

- заявителем на этапе экспертизы (корреспонденция от 20.04.2023) был скорректирован испрашиваемый перечень товаров и услуг 33, 43 класса МКТУ до следующих позиций:

33 - арак; бренди; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; кюрасо; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; настойка мятная; настойки горькие; ром; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые;

43 - кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; услуги баров; услуги кальянных; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов с едой на вынос;

- заявитель выразил согласие с решением Роспатента от 23.06.2023 в части отказа в регистрации заявленного обозначения в отношении части услуг 35 класса МКТУ (заявитель оплатил пошлину за регистрацию данных услуг и уже получил свидетельство №970460);

- настоящим возражением заявитель оспаривает решение Роспатента от 23.06.2023 только в части отказа в регистрации заявленного обозначения в отношении всех товаров и услуг 33, 43 классов МКТУ;

- обозначение «Дружба крепкая» по своему смысловому значению не указывает на свойство товара - крепкие напитки;

- дружба крепкая - это отношения между кем-либо, основанные на взаимной привязанности, духовной близости, общности интересов (то есть словесный элемент «крепкая» это не указание на свойство товара 33 класса МКТУ, а определение устойчивых дружеских отношений);

- само по себе слово «крепкий», входящее в состав обозначения, имеет несколько лексических значений. Например, используется в значении «надежный, верный» (см. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999);

- известным примером использования словосочетания «дружба крепкая» являются строки из песни «Дружба крепкая не сломается» поэта Михаила Пляцковского и композитора Бориса Савельева;

- песня звучала в детском советском мультфильме «Тимка и Димка». В мультфильме широко звучит эта композиция, так как он повествует о дружбе. В итоге, этот мультфильм и его песня о дружбе стали по-настоящему культовыми. Они показывают детям и взрослым, что такое сильная и настоящая дружба;

- не менее известными примерами «дружбы крепкой» как «отношений между кем-либо, основанных на взаимной привязанности, духовной близости, общности интересов», являются такие литературные произведения как роман И.А. Гончарова «Обломов», роман Э.М. Ремарка «Три товарища», роман А. Дюма «Три мушкетера», роман А.С. Экзюпери «Маленький принц», серия книг Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер» и многие другие;

- вдохновившись литературными примерами и важной ролью дружбы человека, заявитель открыл свое заведение, ставшее центром притяжения многих людей, ценящих приятное времяпрепровождение в кругу друзей;

- более того, концепция заведения, в хозяйственной деятельности которого используется обозначение, следующая: «Мы - про истории, дружбу и друзей. Про душевные разговоры в хорошей компаний. Про яркие моменты, которые остаются на фотках. Про веселье и смех. Про радость встреч. Про вечное. Про то, что ни

за какие деньги не купишь» (данная концепция указана в правилах заведения, скриншот которых размещен на странице 3 возражения);

- таким образом, смысловое значение обозначения «Дружба крепкая» имеет более глубокий смысл, чем, как может показаться на первый взгляд, ассоциация с алкогольными напитками;

- в этой связи можно говорить о фантазийном характере словесного элемента, тем самым исключена возможность отнесения данного словесного элемента к обозначениям, указывающим на какие-либо характеристики товара либо данные о производителе, не соответствующие действительности;

- при создании заявленного обозначения использовался такой прием как «инверсия», то есть перестановка слов местами для придания им большей выразительности. В данном случае «крепкая дружба» стала «дружба крепкая». Тем самым, элемент «КРЕПКАЯ» усиливает смысловое сочетание данного обозначения;

- наличие у сочетания слов «ДРУЖБА» и «КРЕПКАЯ» нескольких смысловых значений, и порождает дополнительные рассуждения, домысливания и ассоциации, которыми, напротив, обуславливаются отличие и узнаваемость обозначения, то есть его различительная способность - способность выполнять функцию товарного знака;

- в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.07.2015 по делу №СИП-19/2015, от 16.02.2017 по делу №СИП-415/2016 и в других дополнительно отмечено, что восприятие обозначений (в том числе словесных обозначений в латинице) с учетом культурных, исторических, языковых и иных особенностей у потребителей в разных странах может различаться. При этом определяющим для установления семантического значения словесного обозначения является не точность отображения русскоязычного или иностранного текста буквами соответствующего алфавита по правилам транслитерации, а его восприятие российскими потребителями.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 23.06.2023 и принять решение о государственной регистрации за-

явленного обозначения в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня товаров и услуг 33, 43 классов МКТУ (приведен по тексту заключения выше).

Заявителем 09.10.2023 было направлено дополнение к возражению от 28.07.2023, в котором он отмечал следующее:

- заявитель представляет результаты социологического опроса, проведенного ООО «Яндекс. Взгляд», о восприятии заявленного обозначения потребителями;

- словесный элемент «КРЕПКАЯ» заявленного обозначения у 66 % респондентов вызывает ассоциации с производством алкогольных напитков;

- 43 % опрошенных указали, что заявленное обозначение «ДРУЖБА КРЕПКАЯ» у них ассоциируется с доверительными отношениями;

- 41 % респондентов ответили, что если вывеска на баре будет звучать как «ДРУЖБА КРЕПКАЯ», то она будет ассоциироваться у них с дружескими посиделками;

- таким образом, заявленное обозначение, в совокупности своих словесных элементов, является фантазийным и производит на потребителей совершенно иное впечатление, нежели чем слова «дружба»/«крепкая» по отдельности.

Заявителем 29.11.2023 было направлено второе дополнение к возражению от 28.07.2023, в котором он указывал следующее:

- заявитель представляет результаты социологического опроса, проведенного ООО «Яндекс. Взгляд», об ассоциировании заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [2];

- 54 % опрошенных указали, что противопоставленный товарный знак [2] принадлежит АО «ДРУЖБА»;

- почти 62 % респондентов ответили, что между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком [2] имеются фонетические и визуальные отличия;

- 57 % опрошенных отметили, что не смогли бы спутать сравниваемые обозначения;

- заявитель дополнительно корректирует перечень испрашиваемых товаров 33 класса МКТУ следующим образом «арак; бренди; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; джестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасо; ликер анисовый; ликеры; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; настойка мятная; настойки горькие; ром; сакэ».

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия установила следующее.

С учетом даты (27.09.2022) поступления заявки №2022768443 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с 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.

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, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным 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 подпунктом 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.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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 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.

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 по заявке №2022768443 представляет собой комбинированное обозначение «**ДРУЖБА**<sup>°</sup>**КРЕПКАЯ**», состоящее из изобразительных элементов в виде кружочка (символ градуса), и из словесных элементов «ДРУЖБА», «КРЕПКАЯ», выполненных стандартными шрифтами заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров и услуг 33, 35, 43 классов МКТУ.

Роспатентом 23.06.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022768443 в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ с выведением из правовой охраны элементов «КРЕПКАЯ» и «°», при этом в отношении всех испрашиваемых товаров и услуг 33, 43 классов МКТУ, а также в отношении иной части заявленных услуг 35 класса МКТУ правовая охрана не была предоставлена. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому знак не соответствует требованиям пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Коллегия отмечает, что заявителем на стадии экспертизы (корреспонденция от 20.04.2023) и в дополнениях к возражению от 29.11.2023 был скорректирован перечень испрашиваемых товаров и услуг 33, 43 классов МКТУ (перечни приведены по тексту заключения выше).

## ДРУЖБА КРЕПКАЯ<sup>°</sup>

Анализ заявленного обозначения «КРЕПКАЯ» на предмет его соответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение состоит из словесных элементов «ДРУЖБА», «КРЕПКАЯ», которые расположены на разных строках, ввиду чего воспринимаются потребителями по отдельности, следовательно, анализ данных словесных элементов на предмет их соответствия положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса следует проводить также отдельно.

В состав заявленного обозначения входит словесный элемент «КРЕПКАЯ», который обозначает «малоразбавленный, насыщенный» (<https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=12313>). С учётом своего семантического значения словесный элемент «КРЕПКАЯ» заявленного обозначения будет указывать на вид и свойства испрашиваемых товаров 33 класса МКТУ «арак; бренди; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; джестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасо; ликер анисовый; ликеры; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; настойка мятная; настойки горькие; ром; сакэ», а именно на то, что данные товары 33 класса МКТУ относятся к крепким алкогольным напиткам.

Таким образом, для испрашиваемых товаров 33 класса МКТУ словесный элемент «КРЕПКАЯ» заявленного обозначения не обладает различительной способностью и должен оставаться свободным для использования иными лицами в гражданском обороте.

Также в состав заявленного обозначения входит элемент «°», который представляет собой типографский символ, используемый для обозначения крепости алкоголя ([https://ru.wikipedia.org/wiki/Знак\\_градуса](https://ru.wikipedia.org/wiki/Знак_градуса)), не обладает различительной способностью и является неохраняемым элементом заявленного обозначения.

Следует отметить, что в заявленном обозначении элемент «°» расположен справа от словесного элемента «КРЕПКАЯ», что дополнительно усиливает позицию коллегии о том, что указанный словесный элемент будет соотноситься с крепкими алкогольными напитками.

Что касается доводов заявителя в отношении представленного им социологического опроса, проведенного ООО «Яндекс. Взгляд», то коллегия отмечает, что указанный опрос не может быть принят во внимание, поскольку он не содержит вводной части (описание целей, задач исследования), описания исследования (методология, целевая аудитория, выборка, география исследования и т.д.), выводов организации, проводившей опрос, то есть не удовлетворяет требованиям к социологическим опросам, утвержденными Информационной справкой о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков (<http://ipcmagazine.ru/official-cronicle/information-note-on-identified-methodology-for-judicial-evaluation-of-consumer-opinion-survey-results-in-trademark-protection-disputes>).

Вместе с тем, коллегия отмечает, что в заявленном обозначении элементы «КРЕПКАЯ» и «°» не занимают доминирующее положение, поскольку основным смысловым элементом данного обозначения является словесный элемент «ДРУЖБА», с которого начинается прочтение заявленного обозначения и который запоминается потребителями в первую очередь. Следовательно, заявленное обозначение могло бы быть зарегистрировано с выведением из правовой охраны элементов «КРЕПКАЯ» и «°» на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Анализ заявленного обозначения «**ДРУЖБА**  
**КРЕПКАЯ**°» на предмет его соответствия требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Коллегия отмечает, что, так как заявителем был скорректирован перечень испрашиваемых товаров 33 класса МКТУ только до тех позиций, которые соотносятся с крепкими алкогольными напитками, в перечне испрашиваемых товаров 33 класса МКТУ не осталось позиций, которые вводили бы потребителя в за-

блуждение в отношении вида и свойств товаров, следовательно, на настоящий момент у коллегии отсутствуют основания для вывода о том, что заявленное обозначение нарушает положения пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

**ДРУЖБА  
КРЕПКАЯ°**

Анализ заявленного обозначения «**КРЕПКАЯ°**» на предмет его соответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

В связи с тем, что заявитель выразил согласие с решением Роспатента от 23.06.2023 в части отказа в регистрации заявленного обозначения в отношении части услуг 35 класса МКТУ, товарный знак [3], противопоставленный в отношении услуг 35 класса МКТУ, может не учитываться при анализе заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

**ДРУЖБА**

Противопоставленный товарный знак «**ДРУЖБА**» [1] представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 33 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак «**ДРУЖБА**» [2] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из графических и изобразительных элементов, а также из словесного элемента «**ДРУЖБА**», выполненного оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [2] включает в свой состав как изобразительный, так и словесные индивидуализирующие элементы, которые равным образом оказывают влияние на формирование образа знака, при этом воспринимаются по отдельности друг от друга.

Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством зву-

ковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем. Таким словесным элементом противопоставленного товарного знака [2] является словесный элемент «ДРУЖБА», который и несет основную индивидуализирующую функцию указанного противопоставления.

Коллегия отмечает, что словесный элемент «ДРУЖБА» заявленного обозначения является значимым, так как выполнен крупным шрифтом, занимает существенную заявленного обозначения, именно с него начинается его прочтение, в связи с чем данный элемент должен учитываться при анализе сходства заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками [1-2].

Анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-2] показал, что основные индивидуализирующие элементы «ДРУЖБА» указанных противопоставлений фонетически и семантически («ДРУЖБА» - это «отношения, основанные на взаимной привязанности, доверии, духовной близости, общности интересов и так далее» ([https://gramota.ru/poisk?query=дружба&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=дружба&mode=slovari&dicts[]=42))) входит в состав заявленного обозначения, что приводит к ассоциированию сравниваемых обозначений друг с другом.

Визуально сравниваемые обозначения следует признать сходными в силу того, что их словесные элементы выполнены стандартными шрифтами буквами русского алфавита.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что, сравниваемые обозначения производят сходное общее впечатление и, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Как было отмечено решением Суда по интеллектуальным правам от 09.11.2022 по делу №СИП-658/2021 «наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из



словесных элементов спорного товарного знака. Аналогичный подход отражен в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2018 и от 03.12.2018 по делу №СИП-210/2017, от 31.05.2018 по делу №СИП-450/2017 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 13.09.2018 № 300-КГ18-13820 в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано), от 19.10.2018 по делу №СИП-137/2018 и многих других».

Анализ перечней сравниваемых обозначений показал, что товары 33 класса МКТУ «арак; бренди; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; дже-стивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасо; ликер анисовый; ликеры; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; настойка мятная; настойки горькие; ром; сакэ» заявленного обозначения являются однородными товарам 33 класса МКТУ «алкогольные напитки (за исключением пива), в том числе: аперитивы; бренди; вермуты; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; водка особая; джин; коктейли; дже-стивы; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; настойки горькие; экстракты фруктовые спиртовые» противопоставленного товарного знака [1], поскольку сравниваемые товары относятся к алкогольным напиткам, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Услуги 43 класса МКТУ «кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; услуги баров; услуги кальянных; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов с едой на вынос» заявленного обозначения являются однородными услугам 43 класса МКТУ «аренда помещений для проведения встреч» противопоставленного товарного знака [2], так как сравниваемые услуги относятся к услугам, предоставляемым учреждениями, целью которых яв-

ляется приготовление пищевых продуктов и напитков для употребления, имеют одинаковое назначение и один круг потребителей, могут иметь одинаковые условия оказания.

Однородность товаров и услуг заявителем в возражении не оспаривается.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-2] в отношении однородных товаров и услуг 33, 43 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Что касается доводов заявителя в отношении представленного им социологического опроса, проведенного ООО «Яндекс. Взгляд», то коллегия сообщает, что социологический опрос в рамках соответствия заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса не может быть принят во внимание, так как речь идёт о сходстве сопоставляемых обозначений, которое устанавливается коллегией в рамках действующего законодательства и на основании с соответствующими нормативно-правовыми актами.

Учитывая вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 28.07.2023, оставить в силе решение Роспатента от 23.06.2023.**