


**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 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 30.11.2023 возражение, поданное Крупиним Павлом Евгеньевичем, Санкт-Петербург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022751815, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «  » по заявке №2022751815 с приоритетом от 29.07.2022 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 30 класса МКТУ и услуг 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 31.07.2023 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022751815 в отношении всех заявленных товаров и услуг, поскольку было установлено, что заявленное обозначение не соответствует требованиям пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.


В заключении по результатам экспертизы указано, что поскольку в состав заявленного обозначения включены словесные элементы "В МИРЕ ШАВЕРМ" ("Шаверма" – пресная горячая лепешка, в которую завернута начинка из курицы или иного мяса с кетчупом, острыми приправами и т.п.; кафе или иное заведение, где готовят и продают такое кушанье., см. Толковый словарь Ефремовой. Т. Ф. Ефремова. 2000., <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/281754/>), заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в отношении части товаров и услуг 30, 43 классов МКТУ, не имеющих отношения к шаверме, на основании положений, предусмотренных пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, как вводящее потребителя в заблуждение относительно вида и назначения товаров и услуг.

Вместе с тем заявленное обозначение воспроизводит обозначение, используемое компанией Rolls-Royce Motor Cars Limited. В настоящее время компания Rolls-Royce Motor Cars Limited известна всему миру как производитель автомобилей класса люкс под маркой Rolls-Royce, (см. Интернет-ресурсы, например, [https://www.rolls-roycemotorcars.com/ru\\_RU/home.html](https://www.rolls-roycemotorcars.com/ru_RU/home.html), <https://www.rolls-roycecars.ru/>).

Таким образом, регистрация заявленного обозначения на имя заявителя может явиться причиной введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров (лица, оказывающего услуги) на основании положений, предусмотренных пунктом 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с



комбинированным и словесным знаками "  ", "ROLLS-ROYCE" по международным регистрациям №№1296566, приоритет 28.04.2016; 1294950, приоритет 31.03.2016 правовая охрана которым на территории Российской Федерации предоставлена на имя Rolls-Royce Motor Cars Limited, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 30.11.2023 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель выражает несогласие с мнением экспертизы относительно способности словесных элементов «в мире шаверм» ввести потребителя в заблуждение относительно вида и назначения испрашиваемых товаров;

- элемент "в мире шаверм" является словосочетанием, в котором составляющие его слова «в мире» и «шаверм» имеют неразрывную смысловую связь, образуют неразрывную словесную единицу, и не могут рассматриваться по отдельности;

- в заведениях как у заявителя, помимо шавермы, которая выступает основной или одной из основных позиций в меню, подаются и другие блюда: выпечка, закуски, десерты и т.д. Часто посетители к шаверме и другим блюдам заказывают холодные или горячие напитки;

- сама шаверма, несмотря на приведённое в экспертизе определение, не всегда состоит только из лаваша, куриного мяса, овощей и кетчупа. Многие заведения предлагают покупателям уникальные рецепты, не имеющие аналогов на рынке. То есть слово «шаверма» не подразумевает под собой конкретное блюдо, состоящее из строго определенного набора ингредиентов. Например, в заведениях самого заявителя подают шаверму даже из фруктов;

- во избежание противоречия регистрации требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса заявитель корректирует перечень испрашиваемых товаров и услуг 30 и 43 классов МКТУ следующим образом:

30 класс МКТУ, а именно: *блины; блины пикантные; бриоши; булки; бумага рисовая съедобная; бумага съедобная; буррито; закуски легкие на основе хлебных злаков; заправки для салатов; каперсы; карри [приправа]; кетчуп [соус]; кофе; кофе-сырец; круассаны; лепешки на основе картофеля; лепешки рисовые; майонез; песто; пироги; пицца; продукты зерновые; продукты на основе овса; соус клюквенный [приправа]; соус соевый; соус томатный; соус яблочный [приправа]; соусы [приправы]; сэндвичи; такос;*

*тесто готовое; тортильи; хот-доги; чаи травяные; чай; чай со льдом; шаверма;*

*43 класс МКТУ: закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; услуги баров; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых;*

- заявитель выражает несогласие с мнением экспертизы относительно способности заявленного обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя заявленных товаров и услуг известностью компании Rolls-Royce Motor Cars Limited, поскольку отсутствуют данные о том, что компания Rolls-Royce Motor Cars Limited когда-либо занималась производством продуктов питания или оказывала услуги общественного питания у потребителей заявленных товаров и услуг не могли сформироваться стойкие ассоциации обозначения «ROLLS-ROYCE В МИРЕ ШАВЕРМ» с компанией Rolls-Royce Motor Cars Limited;

- заявитель отказывается от части формулировок 35 класса МКТУ: демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; макетирование рекламы; маркетинг; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов

пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство рекламных фильмов; реклама; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по составлению перечня подарков; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса;

- заявитель и правообладатель товарного знака Rolls-Royce Motor Cars Limited ведут совершенно различную предпринимательскую деятельность, а их смешение на рынке исключено;

- сравниваемые обозначения не являются сходными до степени смешения.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022751815 в отношении сокращенного перечня услуг:

*класс 30 – блины пикантные; бриоши; булки; бумага рисовая съедобная; бумага съедобная; буррито; закуски легкие на основе хлебных злаков; заправки для салатов; каперсы; карри [приправа]; кетчуп [соус]; кофе; кофе-сырец; круассаны; лепешки на основе картофеля; лепешки рисовые; майонез; песто; пироги; пицца; продукты зерновые; продукты на*

*основе овса; соус клюквенный [приправа]; соус соевый; соус томатный; соус яблочный [приправа]; соусы [приправы]; сэндвичи; такос; тесто готовое; тортильи; хот-доги; чаи травяные; чай; чай со льдом; шаверма;*

*класс 43 – закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; услуги баров; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых;*

*класс 35 – оформление витрин; распространение образцов; распространение рекламных материалов; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами].*

Коллегия, на заседании по рассмотрению возражения, состоявшемся 28.02.2024, указала на наличие дополнительных оснований для отказа в регистрации обозначения по заявке №2022751815, поскольку словесный элемент «шаверм» не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении части испрашиваемых товаров и услуг.

Также заявителем было заявлено устное ходатайство об изменении испрашиваемого перечня путем исключения из него формулировок перечня 35 класса МКТУ «оформление витрин; распространение образцов; распространение рекламных материалов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]». Указанное ходатайство оформлено в протоколе заседания коллегии от 28.02.2024.

Кроме того, к вышеуказанному протоколу заседания были приобщены материалы коллегии [1] – статья Википедии «Rolls-Royce Motor Cars».

На заседании по рассмотрению возражения, состоявшемся 26.03.2024, коллегией были приобщены дополнительные материалы [2] – сведения сайта

rolls-roycemotorcars.com с перевод на русский язык; [3] - скриншоты сайта rolls-royscars.ru.

Заявителем 21.05.2024 направлены дополнительные пояснения, которые сводятся к следующему:

- материалы коллегии, полученные в результате повторной проверки обозначения, не могут свидетельствовать о возможности введения потребителя в заблуждение;

- данные материалы не опровергают факт отсутствия информации о производстве компанией Rolls-Royce Motor Cars Limited именно продуктов питания или оказания услуг общественного питания;

- несессеры для пикников с набором посуды, столовые приборы относятся к 21 классу МКТУ и не являются однородными с продуктами питания 30 класса, в отношении которых подана заявка № 2022751815;

- при поиске данных наборов в сети Интернет в российской зоне, заявитель не обнаружил предложения о продаже корзин для пикника «ROLLS-ROYCE» от Rolls-Royce Motor Cars Limited на территории Российской Федерации;

- у потребителей заявленных товаров и услуг не могли сформироваться стойкие ассоциации обозначения «ROLLS-ROYCE В МИРЕ ШАВЕРМ» с компанией Rolls-Royce Motor Cars Limited;

- при сравнении обозначений «ROLLS-ROYCE» и «ROLLS-ROYCE В МИРЕ ШАВЕРМ» необходимо учитывать, что первый товарный знак обладает существенной различительной способностью: это один из наиболее популярных брендов премиальных автомобилей в мире с огромной долей рынка и узнаваемостью среди потребителей;

- «размытие» товарных знаков Rolls-Royce Motor Cars Limited при регистрации обозначения заявителя фактически невозможно.

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

С учетом даты (29.07.2022) поступления заявки №2022751815 на регистрацию товарного знака 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 июля 2015 г. N 482 (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, представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством или назначением товаров.

В соответствии с пунктом 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров.

Кроме того, согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся 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.

Согласно пункту 35 Правил вышеуказанные элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.



Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения различительной способности, предусмотренной пунктом 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 обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением 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 пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается 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 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 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; 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).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2022751815



заявлено обозначение «», которое состоит из серого прямоугольника на фоне которого расположены изобразительные элементы в виде стилизованного изображения руки, держащей кулинарное изделие – шаверму и корону, а также слова «ROLLS-ROYCE В МИРЕ ШАВЕРМ» выполненные буквами латинского и русского алфавитов.

С учетом корректировки заявителя, правовая охрана испрашивается в отношении товаров и услуг:

30 класса МКТУ – *блины пикантные; бриоши; булки; бумага рисовая съедобная; бумага съедобная; буррито; закуски легкие на основе хлебных злаков; заправки для салатов; каперсы; карри [приправа]; кетчуп [соус]; кофе; кофе-сырец; круассаны; лепешки на основе картофеля; лепешки рисовые; майонез; песто; пироги; пицца; продукты зерновые; продукты на основе овса; соус клюквенный [приправа]; соус соевый; соус томатный; соус яблочный [приправа]; соусы [приправы]; сэндвичи; такос; тесто готовое; тортильи; хот-доги; чаи травяные; чай; чай со льдом; шаверма;*

35 класса МКТУ – *услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями;*

43 класса МКТУ – *закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; услуги баров; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых.*

Анализ заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

В своем возражении заявитель указывает, что обозначение «В МИРЕ ШАВЕРМ» следует рассматривать как словосочетание, которое является семантически нейтральным (фантазийным), по отношению ко всем заявленным товарам и услугам.

Коллегия отмечает, что словесные элементы «В МИРЕ ШАВЕРМ» не являются устойчивым словосочетанием (в отличии, например, от «Шапка Мономаха»), которое должно анализироваться без соответствующего разделения. Таким образом, коллегия исходит из анализа семантической составляющей каждого словесного элемента в отдельности.

Так, словесный элемент «ШАВЕРМ» существительное в родительном падеже, где "Шаверма" – пресная горячая лепешка, в которую завернута начинка из курицы или иного мяса с кетчупом, острыми приправами и т.п.; кафе или иное заведение, где готовят и продают такое кушанье., см. Толковый словарь Ефремовой. Т. Ф. Ефремова. 2000., <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/281754/>.

Согласно пункту 1.2. Информационной справки<sup>1</sup> оценка обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса производится исходя из восприятия этого обозначения рядовым, средним потребителем соответствующего товара в Российской Федерации – адресатом товаров, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак или испрашивается регистрация товарного знака.

Одно и то же обозначение способно в глазах потребителей вызывать различные ассоциации в отношении разных товаров. Например, в пункте 3 Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений, утвержденных приказом Российского агентства по патентам и товарным

---

<sup>1</sup> Информационная справка, подготовленная по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации. Утверждена постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.04.2017 № СП-23/10 по результатам обсуждения с участием членов Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам.

знакам от 23.03.2001 № 39 (далее – Рекомендации № 39), отмечено, что одно и то же обозначение может в отношении одних товаров быть признано описательным, в отношении других – ложным, в отношении третьих – фантазийным.

В связи с этим при рассмотрении дел об оспаривании решений Роспатента, принятых на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, учитываются имеющиеся или вероятные ассоциативные связи, возникающие у потребителей в связи с каждым товаром, для которого предоставлена или испрашивается правовая охрана спорного обозначения.

Аналогичная правовая позиция высказана в постановлениях Президиума Суда по интеллектуальным правам от 27.02.2014 по делу №СИП-75/2013, от 27.07.2015 по делу №СИП-31/2015, от 04.09.2015 по делу №СИП-140/2015 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 18.01.2016 № 300-ЭС15-17544 в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано).

Учитывая вышеизложенное семантическое значение, в отношении части испрашиваемых товаров 30 класса МКТУ, а именно «шаверма» словесный элемент «Шаверм» носит описательный характер, поскольку прямо указывает на вид товара.

Также коллегией принято во внимание, что такое блюдо как «Шаверма» изготавливается из различных ингредиентов, в связи с чем в отношении части испрашиваемых товаров 30 класса МКТУ, а именно: *«закуски легкие на основе хлебных злаков; заправки для салатов; каперсы; карри [приправа]; кетчуп [соус]; лепешки на основе картофеля; лепешки рисовые; майонез; песто; продукты зерновые; продукты на основе овса; соус клюквенный [приправа]; соус соевый; соус томатный; соус яблочный [приправа]; соусы [приправы]; тесто готовое; бумага рисовая съедобная; бумага съедобная; тортильи»*, которые могут входить в состав блюда «Шаверма», словесный элемент «Шаверм» носит описательный характер,

поскольку способно указать на назначение, а именно для приготовления «Шавермы».

Кроме того, следует отметить, что испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ *«услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями»*, 43 класса МКТУ *«закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; услуги баров; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых»* могут быть связаны непосредственно с реализацией такого товара как «Шаверма», в связи с чем, по отношению к данным услугам словесный элемент «Шаверм» также носит описательный характер, указывает на назначение данных услуг.

Таким образом, для вышеуказанных товаров и услуг 30, 35, 43 классов МКТУ элемент «Шаверм» не обладает различительной способностью, не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Данный словесный элемент не занимает доминирующего положения, в связи с чем, может быть указан в качестве неохраняемого элемента обозначения.

Вместе с тем, коллегия отмечает, что при восприятии слова «Шаверм» в сознании потребителя возникают прямые ассоциации с готовым блюдом, в связи с чем, в отношении остальной части испрашиваемых товаров 30 класса МКТУ *«блины пикантные; бриоши; булки; буррито; кофе; кофе-сырец; круассаны; пироги; пицца; сэндвичи; такос; тортильи; хот-доги; чай травяные; чай; чай со льдом»*, которые также представляют собой продукты питания, но не являются «шавермой» и не входят в ее состав, данный словесный элемент является ложным указанием на вид товара. Таким образом, регистрация заявленного обозначения в отношении данных товаров 30 класса МКТУ в целом не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Также коллегия отмечает, что в испрашиваемом перечне товаров и услуг отсутствуют позиции по отношению к которым словесный элемент «шаверм» признан фантазийным.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, как способного ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров (лица, оказывающего услуги) показал следующее.

Заявленное обозначение, включает словесные элементы «ROLLS-ROYCE», которые имеют произношение [РОЛС РОЙС]. Согласно сведениям [1] указанные словесные элементы воспроизводят имена собственные, а именно фамилии Роллс (Чарльз) и Ройс (Генри), основателей английской компании Rolls-Royce Motor Cars Ltd (Роллс-Ройс), специализирующейся на выпуске автомобилей класса люкс под маркой Rolls-Royce.

За долгое время существования компания Rolls-Royce стала всемирно известной и узнаваемой, в связи с чем, регистрация обозначения со словесным элементом «Rolls-Royce» на имя заявителя Крупина Павла Евгеньевича, не имеющего никакого отношения к британскому бренду люксовых автомобилей, приводит к заимствованию такой репутации.

Следует отдельно отметить, что в заявленном обозначении данные словесные элементы также имеют написание через знак «-», что увеличивает вероятность восприятия обозначения именно как бренд «Rolls-Royce».

Кроме того, согласно сведениями сайтов [rolls-roycemotorcars.com](http://rolls-roycemotorcars.com) и [rolls-roysecars.ru](http://rolls-roysecars.ru) [2, 3] в продаже присутствуют корзины для пикника и ящики для шампанского, маркируемые обозначением «Rolls-Royce».

Руководствуясь вышеизложенным, коллегией сделан вывод о том, что деятельность компании «Rolls-Royce» способна ассоциироваться в глазах потребителя не только с автомобилями класса люкс, но и с продуктами питания.


Словесные элементы «ROLLS-ROYCE» заявленного обозначения являются тождественными английскому бренду Rolls-Royce,



испрашиваемые товары 30 класса МКТУ являются продуктами питания, а испрашиваемые услуги 35 и 43 класса МКТУ связаны с доведением данных продуктов до конечного потребителя. Таким образом, регистрация заявленного обозначения на имя заявителя способна ввести потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары (лица, оказывающего услуги), заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В рамках несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, заявленному обозначению были противопоставлены товарные знаки и знаки



по международным регистрациям, "  ", "ROLLS-ROYCE" по международным регистрациям №№1296566, 1294950. Правовая охрана на территории Российской Федерации предоставлена, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ.

При анализе на тождество или сходство коллегия учитывала, что заявленное обозначение представляет собой комбинированное обозначение, в котором основным несущим индивидуализирующую функцию элементом следует признать словесный элемент «Rolls-Royce» [РОЛС РОЙС], так как данный элемент расположен по центру заявленного обозначения, именно с него начинается прочтение знака в целом, на него в первую очередь акцентирует свое внимание потребитель.

Заявленное обозначение и противопоставленные знаки по международным регистрациям №№1296566, 1294950 включают тождественный (фонетически и семантически) элемент «Rolls-Royce» (см. значение выше по тексту).

Графически сравниваемые знаки имеют визуальные отличия ввиду наличия в заявленном обозначении изобразительного элемента. При этом, использование одного и того же алфавита (латинского) в основных

индивидуализирующих элементах обозначений сближает сравниваемые обозначения графически.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно.

Учитывая вышесказанное, коллегия приходит к выводу о том, что в заявленное обозначение входит основной индивидуализирующий элемент противопоставленных знаков, что не позволяет признать степень сходства как низкую.

В результате анализа однородности услуг 35 класса МКТУ установлено следующее.

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ *«услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку»* следует признать однородными противопоставленным услугам 35 класса МКТУ *«розничная торговля автомобилями; услуги автосалонов»*, поскольку данные услуги соотносятся как род вид услуг (реализация товаров), имеют одно и то же назначение (доведение продукции до конечного потребителя). Маркированные сходными обозначениями могут быть смешаны в гражданском обороте.

Вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства сравниваемых обозначений, и услуг 35 класса МКТУ, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о правомерности вывода Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 30.11.2023, изменить решение Роспатента от 31.07.2023 и отказать в регистрации товарного знака по заявке №2022751815 с учетом дополнительных оснований.**