

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения **возражения** **заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса 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 апреля 2020 г. № 644/261 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 24.04.2025 возражение Геворгизова Петра Алексеевича (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023798917, при этом установила следующее.



Регистрация обозначения «» в качестве товарного знака по заявке №2023798917 с датой поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности от 16.10.2023 испрашивалась на имя заявителя в отношении товаров 29 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента от 24.12.2024 об отказе в государственной регистрации товарного знака было принято на основании его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, что обосновано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком «ГОЛДИ», зарегистрированным под №306861 [1] с датой приоритета от 16.02.2005 на имя другого лица в отношении однородных товаров 29 класса МКТУ.

Заявитель выразил свое несогласие с данным решением в поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) возражении, доводы которого сводятся к следующему:

- сравнение заявленного и противопоставленного товарных знаков свидетельствует о том, что словесный элемент заявленного обозначения и противопоставленная регистрация характеризуются сходством звучания начальных частей, однако в целом имеют разное произношение, которое играет существенную роль в фонетическом различии (в том числе за счет количества букв, звуков, слогов и ударения) - [ГОЛ / ДИ / О – ГОЛ / ДИ]. На восприятие обозначения влияет не только последовательность слогов, но и звучание и интонация.

- с точки зрения визуального (графического) признака сходства сопоставляемые товарные знаки отличаются графическим написанием с учетом видов шрифта, графического написания букв, цветового сочетания и как следствие общим зрительным впечатлением. Кроме того, заявленное обозначение является комбинированным и включает в свой состав как словесный, так и изобразительные элементы, которые в силу композиционного исполнения заявленного обозначения воспринимаются в качестве неотъемлемой части словесного элемента;

- с точки зрения смыслового сходства в возражении отмечено следующее: у слова «ГОЛДИ» есть несколько лексических значений - 1) имя собственное (именительное); 2) с англ. «goldie» – термин, который используется в различных контекстах для обозначения чего-то ценного и дорогого, например: Goldie watch - дорогие часы, Goldie car – автомобиль класса люкс. Заявленное обозначение же является фантазийным, но в семантическом значении заявленного обозначения «ГОЛДИО» заложен корень "gold" (с англ. золото), т.е. цвета золота (здесь имеет значение не "дорого - богато", а именно цвет);

- регистрация заявленного обозначения испрашивается для товаров 29 класса МКТУ – масла пищевые; масло арахисовое; масло какао пищевое; масло кокосовое жидкое пищевое; масло кокосовое твердое; масло кукурузное пищевое; масло кунжутное пищевое; масло льняное пищевое; масло оливковое первого холодного

отжима пищевое; масло оливковое пищевое; масло пальмовое пищевое; масло пальмоядровое пищевое; масло подсолнечное пищевое; масло рапсовое пищевое; масло сливочное; масло соевое пищевое. Противопоставленный же товарный знак зарегистрирован для товаров 29 класса МКТУ - казеин пищевой, крем сливочный, маргарин, масло сливочное, молоко, продукты молочные, сливки взбитые, сыворотка молочная, сыры, ферменты сычужные;

- по мнению заявителя, сравниваемые товары не являются однородными, поскольку у них:

- разный род (масла и жиры пищевые - молоко, сыр, масло, йогурт и другие молочные продукты);

- разный вид товаров и вид материалов, из которых они изготовлены (масла и жиры пищевые растительные – масла и жиры пищевые животные);

- разные потребительские свойства (за исключением заявленного товара, от которого заявитель готов отказаться, «масла сливочного»);

- разное функциональное назначение (объем и цель применения);

- разные условия сбыта, хранения и круг потребителей;

- указанные товары не могут быть взаимодополняемыми либо взаимозаменяемыми и таким образом, у потребителя не может возникнуть представление о принадлежности товара одному и тому же изготовителю;

- степень возможного смешения потребителями сравниваемых товарных знаков и обозначений должно оцениваться при анализе совокупности всех факторов и обстоятельств. В данном случае речь идет о низкой степени сходства обозначений, о неоднородности товаров, известности и репутации заявленного обозначения «ГОЛДИО» на рынке, соответствующем круге потребителей. Данная позиция коррелируется с Постановлением Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10;

- принимая во внимание вышеизложенное, заявитель уточняет перечень заявленных товаров 29 класса МКТУ: масла пищевые растительные; масло

арахисовое; масло какао пищевое; масло кокосовое жидкое пищевое; масло кокосовое твердое; масло кукурузное пищевое; масло кунжутное пищевое; масло льняное пищевое; масло оливковое первого холодного отжима пищевое; масло оливковое пищевое; масло пальмовое пищевое; масло пальмоядровое пищевое; масло подсолнечное пищевое; масло рапсовое пищевое; масло соевое пищевое;

- ИП Геворгизов П.А., заявитель по заявке №2023798917, является единственным учредителем ООО «РОВНЕНСКИЙ МЭЗ», считающимся одним из крупнейших производителей масла и маслосодержащей продукции на территории Краснодарского края <https://goldio-oil.ru/>. Из открытых источников сети «Интернет» видно, что в настоящее время правообладателем товарного знака (знака обслуживания) №306861 является ООО «РАНТЬЕ». Информация о наличии зарегистрированных договоров распоряжением права на сайте Роспатента отсутствует. ООО «РАНТЬЕ», а также иные лица не используют товарный знак №306861 для товаров, в отношении которых он зарегистрирован, более чем в течение трех лет на территории Российской Федерации.

На основании изложенного в возражении выражена просьба отменить решение об отказе и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023798917 в отношении испрашиваемых товаров.

Заявитель представил дополнение к возражению, в котором указано, что ИП Геворгизов П.А., заявитель по заявке №2023798917 обратился в Суд по интеллектуальным правам с исковым заявлением к обществу с ограниченной ответственностью «Рантье» о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака «ГОЛДИ» по свидетельству Российской Федерации № 306861 в отношении товаров «маргарин, масло сливочное» 29 класса Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков вследствие его неиспользования.

В результате рассмотрения искового заявления по делу №СИП-851/2025 Судом по интеллектуальным правам было вынесено Решение от 23 декабря 2025 года, которым частично удовлетворил требования заявителя, досрочно прекратив правовую охрану товарного знака по свидетельству Российской Федерации

№306861 в отношении товаров 29 класса МКТУ «маргарин» вследствие его неиспользования. Соответственно, основания, изложенные в решении об отказе в государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания, коллективного знака) устранены в связи с указанным Решением Суда по интеллектуальным правам.

Изучив материалы дела и выслушав участвующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (16.10.2023) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 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.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах 42, 43 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), смысловым (семантическим) признакам, изложенным в подпунктах (1), (2), (3) пункта 42 Правил.

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 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 производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.



Заявленное обозначение представляет собой словесное обозначение «ГОЛДИО», выполненное буквами русского алфавита на фоне горизонтально ориентированного прямоугольника с контурной обводкой, с элементами световых бликов. Знак выполнен в следующем цветовом сочетании: черно-коричневый, коричневый, светло-коричневый, бежевый.

Согласно возражению государственная регистрация товарного знака испрашивается для уточненного перечня товаров 29 класса МКТУ, а именно:

29 - масла пищевые растительные; масло арахисовое; масло какао пищевое; масло кокосовое жидкое пищевое; масло кокосовое твердое; масло кукурузное пищевое; масло кунжутное пищевое; масло льняное пищевое; масло оливковое первого холодного отжима пищевое; масло оливковое пищевое; масло пальмовое пищевое; масло пальмоядровое пищевое; масло подсолнечное пищевое; масло рапсовое пищевое; масло соевое пищевое.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023798917 мотивировано несоответствием обозначения требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием сходного до степени смешения словесного товарного знака [1], зарегистрированного в отношении однородных товаров на имя другого лица.

Товарный знак **ГОЛДИ** [1] действует, в частности, в отношении товаров 29 класса МКТУ - *казеин пищевой, крем сливочный, масло сливочное, молоко, продукты молочные, сливки взбитые, сыворотка молочная, сыры, ферменты сычужные.*

Анализ заявленного обозначения на соответствие его требованиям законодательства показал следующее.

Внимание адресной группы потребителей товаров, для которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак, и для которых испрашивается регистрация заявленного обозначения, концентрируется, как правило, именно на словесных элементах, на которые падает основная логическая нагрузка и которые выполняют в них индивидуализирующую функцию товарного знака, являясь сильными элементами обозначений.

В данном случае таким элементом в заявленном обозначении является словесный элемент «ГОЛДИО», поскольку именно этот элемент акцентирует на себе основное внимание потребителя в отличие от прямоугольника, который является просто фоном, на котором расположен словесный элемент. В противопоставленном знаке [1] словесный элемент «ГОЛДИ» является единственным элементом обозначения. Словесный элемент запоминается легче, чем

графический, поскольку может быть воспринят и передан значительно проще – не только визуально, но и устно, например, в аудиорекламе.

Сравниваемые обозначения ассоциируются между собой в целом за счет их фонетического и некоторого графического сходства.

Фонетическое сходство обозначений обусловлено полным фонетическим вхождением товарного знака «ГОЛДИ» в заявленное обозначение.

Отсутствие у сопоставляемых обозначений смысловых значений в общедоступных официальных источниках информации не позволяет оценить сравниваемые знаки по семантическому признаку сходства.

Использование в сравниваемых обозначениях букв одного алфавита сближает их с точки зрения графического признака сходства. В отношении некоторых графических отличий в выполнении словесных элементов, а также использования в заявленном обозначении цвета и наличия изобразительного элемента в виде прямоугольника, следует отметить, что эти отличия не оказывают существенного влияния на восприятие обозначений в целом, поскольку, как было указано выше, внимание потребителя чаще всего акцентируется именно на словесном элементе, так как в дальнейшем он может быть воспроизведен на слух.

С учетом изложенного коллегия пришла к выводу о том, что сравниваемые обозначения могут ассоциироваться друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия, следовательно, в соответствии с пунктом 41 Правил являются сходными до степени смешения.

Сравнительный анализ испрашиваемых товаров 29 класса МКТУ с товаром «масло сливочное» противопоставленного товарного знака показал, что они являются однородными, поскольку относятся к одной родовой группе товаров (масла пищевые), имеют одинаковое назначение (для употребления в пищу и/приготовления пищи), один круг потребителей, одинаковые условия их сбыта, а также могут быть взаимозаменяемыми и/или взаимодополняемыми.

В данном случае высокая степень сходства сравниваемых обозначений, которая также была установлена судебным актом по делу №СИП-851/2025, и однородность товаров сопоставляемых перечней, являющихся товарами широкого потребления, позволили коллегии прийти к выводу о существующей опасности смешения обозначений в гражданском обороте в случае маркировки ими сравниваемых товаров.

Следовательно, вывод о несоответствии заявленного обозначения требованиям, предусмотренным подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в отношении испрашиваемых товаров 29 класса МКТУ является правомерным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 24.04.2025, оставить в силе решение Роспатента от 24.12.2024.