

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 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 28.06.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Фабрика-кухня» (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023709565 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Комбинированное обозначение «» по заявке № 2023709565 с приоритетом от 10.02.223 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 29, 30, 32, 33, 35, 38, 39, 41, 43 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 29.02.2024 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023709565 в отношении товаров всех товаров 29, 30, части товаров 32 классов МКТУ, а также всех услуг 38, 39 классов МКТУ.

В отношении остальной части заявленных товаров 32 класса МКТУ, всех товаров 33 класса МКТУ, всех услуг 35, 41, 43 классов МКТУ

заявленному обозначению было отказано в регистрации ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Основанием для принятия решения послужило заключение экспертизы, согласно которому установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения со следующими товарными знаками:



- с серией товарных знаков «**DOSTOEVSKIY**», «ДОСТОЕВСКИЙ», «**DOSTOEVSKIY**» по свидетельствам № 925959 (1) (с приоритетом от 28.01.2022), № 438329 (2) (с приоритетом от 04.05.2010, продлен до 04.05.2030), № 419833 (3) (с приоритетом от 08.08.2008, продлен до 08.08.2028), зарегистрированными на имя Общества с ограниченной ответственностью "Центр Предпринимательских Инициатив", Москва, для товаров 33 класса МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 32, 33 классов МКТУ;



- с товарным знаком «**ДОСТОЕВСКИЙ**» по свидетельству № 771563 (4) (с приоритетом от 07.05.2020) зарегистрированным на имя Мединской Марины Олеговны, для товаров и услуг 16, 35, 41 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 41 классов МКТУ;

- с товарным знаком «**ДОСТОЕВСКИЙ**», по свидетельству № 296797 (5) (с приоритетом от 24.09.2004, продлен до 24.09.2024), зарегистрированным на имя Благотворительного фонда друзей Музея Ф.М. Достоевского, 191002, Санкт-Петербург, Кузнечный пер., 5/2, для услуг 35, 41, 43 классов МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35, 41, 43 классов МКТУ.

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для заявленных товаров и услуг 32, 33, 35, 41, 43 классов МКТУ на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 28.06.2024 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявителю принадлежат исключительные права на товарные знаки по свидетельствам №769254, №607212, №568973, №672667;

- заявитель уже 10 лет присутствует на рынке услуг общественного питания под обозначениями звучащими как [ДОСТА ЕВСКИЙ] с характерным двустрочным написанием, в силу этого заявленное обозначение будет ассоциироваться исключительно с уже известным широкому кругу потребителей знаком обслуживания принадлежащим заявителю;

- противопоставленные товарные знаки, в которых основные словесные элементы написаны в одну строчку, все с буквой «О» после буквы «Т», очевидно, воспроизводят широко известную фамилию русского писателя Достоевского Ф.М.;

- в заявленном обозначении словесный элемент состоит из двух слов «DOSTA» и «EVSKY», расположенных друг под другом, что не характерно для написания фамилии. Во вторых, в слове «DOSTA» после буквы «Т» следует буква «А», таким образом слово «DOSTA», с учетом сферы деятельности Заявителя, будет ассоциироваться в первую очередь со словом «доставка» в латинской транслитерации «dostavka», а элемент «EVSKY» ассоциируется с кем-то, кто что-то ест;

- заявитель обладает серией товарных знаков, в основе которой лежит фонетически тождественный элемент «DOSTA» от «dostavka»: № 902312 (30, 41, 43 классы МКТУ) и № 902313 (29 классы МКТУ); №824782 (35, 41, 43 классы МКТУ) и №853824 (29, 30 классы МКТУ); №825947 (30, 32, 41, 43 классы МКТУ) и №826235 (29, 33 классы МКТУ); № 820982 (30, 35, 41, 43 классы МКТУ) и № 811857 (29, 32, 33 классы МКТУ); № 825946 (35, 41, 43 классы МКТУ) и № 852785 (29, 30 классы МКТУ); № 854154 (41 классы МКТУ);

- смысловая разница дополняется фонетическими и графическими отличиями;

- заявитель отмечает, что не все заявленные рубрики 41 и 43 классов МКТУ однородны рубрикам, в отношении которых охраняется противопоставленный товарный знак по свидетельству №296797.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех в отношении всех заявленных товаров и услуг 29, 30, 32, 33, 35, 38, 39, 41 и 43 классов МКТУ.

К возражению приложены:

1. Распечатка сведений по товарным знакам заявителя;
2. Примеры использования товарных знаков заявителя;
3. Распечатка сведений по товарным знакам серии ДОСЫТАЕВСКИЙ;
4. Сведения по домену dostaevsky.ru и скриншоты с сайта;
5. Сведения об участии в публичных мероприятиях;
6. Сведения о номинации в ресторанной премии и рейтинг самых успешных брендов.

На заседании по рассмотрению настоящего возражения, состоявшемся 09.08.2024, коллегией были выявлены дополнительные обстоятельства для отказа в регистрации заявленного обозначения, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении части товаров 30 класса МКТУ, которым решением Роспатента от 29.02.2024 была предоставлена правовая охрана, а также услуг 43 класса МКТУ, поскольку заявленное обозначение является сходным до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам №№685012, 7414667, 700992, ранее зарегистрированными на имя Индивидуального предпринимателя Роговского Станислава Станиславовича, в отношении однородных товаров и услуг 30 и 43 классов МКТУ.

Ознакомившись с дополнительными основаниями, заявитель 07.10.2024 представил свои доводы, которые сводятся к следующему:

- экспертиза неоднократно, в разные периоды времени, не признавала товарные знаки заявителя, со словесным элементом «DOSTA ЕВСКИЙ», сходными с противопоставленными знаками «ДОСЫТАЕВСКИЙ». В свою очередь в ходе экспертизы по заявкам №2017743605 (противопоставленный знак №685012) и №2018730508 (противопоставленный знак №685012) решения о регистрации выносились без направления уведомлений с результатами проверки обозначений и к заявителю за получением писем-согласий господин Роговский С. С. не обращался из чего можно сделать вывод, что и в рамках этих делопроизводств сходство знаков «ДОСЫТАЕВСКИЙ» и «DOSTA ЕВСКИЙ» установлено не было;

- товарные знаки «ДОСЫТАЕВСКИЙ» образованы от слов «досыта» и «есть» и передает образ кого-то, кто есть до ощущения сытости. Заявленное обозначение, как указывалось в тексте возражения, будет восприниматься в таких значениях как: «тот, кто ест еду от «DOSTA»» или «тот, кто ест доставленное»;

- противопоставленные товарные знаки и заявленное обозначение композиционно различимы и не имеют графически и стилистически сходных элементов.

На заседании по рассмотрению возражения, состоявшемся 09.10.2024 коллегией были выявлены дополнительные основания для отказа в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, а именно: заявленное обозначение в отношении товара 32 класса МКТУ «сидр безалкогольный» не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку сходно до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам №№925959, 438329, 419833. Заявитель ознакомился с указанными обстоятельствами и ходатайствовал об исключении из испрашиваемого перечня товаров 32 класса МКТУ товара «сидр безалкогольный», о чем свидетельствует соответствующая запись в протоколе заседания.

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

С учетом даты (10.02.2023) поступления заявки №2023709565 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 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 сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы. При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим

(визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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.

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.

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 пункте 42 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).

The logo consists of a purple rectangle containing the words "DOSTA" and "EVSKY" in white, uppercase, sans-serif font, stacked vertically.

Заявленное обозначение «» по заявке №2023709565 представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из прямоугольника фиолетового цвета, на фоне которого на двух строках расположены слова «DOSTA» и «EVSKY», выполненные буквами латинского алфавита. Заявленное обозначение произносится как [ДОСТА ЕВСКИЙ].

Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров и услуг товаров и услуг 29, 30, 32, 33, 35, 38, 39, 41, 43 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 29.02.2024 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023709565 в отношении товаров всех товаров 29, 30, части товаров 32 классов МКТУ, а также всех услуг 38, 39 классов МКТУ.

В отношении остальной части заявленных товаров 32 класса МКТУ, всех товаров 33 класса МКТУ, всех услуг 35, 41, 43 классов МКТУ заявленному обозначению было отказано в регистрации ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заявитель ходатайствовал об исключении из испрашиваемого перечня товаров 32 класса МКТУ товара «*сидр безалкогольный*», о чем свидетельствует соответствующая запись в протоколе заседания от 09.10.2024.

В рамках несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, заявленному обозначению были противопоставлены товарные знаки (1-8) со словесными элементами «ДОСТОЕВСКИЙ» / «DOSTOEVSKIY» /



«ДОСЫТАЕВСКИЙ»: «DOSTOEVSKIY» по свидетельству № 925959 (1), «ДОСТОЕВСКИЙ» по свидетельству № 438329 (2), «DOSTOEVSKIY» по

свидетельству № 419833 (3) «  » по свидетельству № 771563 (4), «ДОСТОЕВСКИЙ», по свидетельству № 296797 (5), «ДОСЫТАЕВСКИЙ» по

свидетельству №685012 (6), «  » по свидетельству №741467 (7), « **ДОСЫТАЕВСКИЙ** » по свидетельству №700992 (8).

Товарные знаки (1-3) действуют в отношении товаров 33 класса МКТУ, Товарный знак (4) действует в отношении товаров 16 класса МКТУ и услуг 35, 41 классов МКТУ. Правовая охрана товарного знака (5) действует в отношении услуг 35, 41, 43 классов МКТУ. Товарные знаки (6-8) действуют в отношении товаров 30 класса МКТУ и услуг 43 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 словесные элементы «DOSTA» и «EVSKY», именно на них в первую очередь акцентирует свое внимание потребитель.

В противопоставленных знаках слова «ДОСТОЕВСКИЙ» / «DOSTOEVSKIY» / «ДОСЫТАЕВСКИЙ» являются сильными элементами обозначений, несущими основную индивидуализирующую функцию, поскольку либо являются единственными (касается знаков 2, 3, 5, 6, 8), либо проще запоминаются потребителем (касается знаков 1, 4, 7).

Сходство сравниваемых обозначений обусловлено фонетическим сходством слов «DOSTA EVSKY» и «ДОСТОЕВСКИЙ» / «DOSTOEVSKIY» [ДОСТОЕВСКИЙ] / «ДОСЫТАЕВСКИЙ». Сравнимые слова содержат звуки, большинство из которых, расположенные в одинаковой

последовательности, имеют тождественное звучание, отличие в звуках А, О, Ы не приводят к значительным фонетическим отличиям.

Анализ словарно-справочных источников информации (см. <https://dic.academic.ru/>) показал отсутствие значения у слов «DOSTA EVSKY», при этом, следует отметить, что заявленное обозначений созвучно слову «ДОСТОЕВСКИЙ» которое представляет собой фамилию известного русского писателя - ДОСТОЕВСКИЙ Федор Михайлович (1821—1881) (см. <https://dic.academic.ru/>, Литературная энциклопедия: В 11 т. — [М.], 1929—1939.). Указанное приводит к выводу о том, что знаки способны порождать в сознании потребителя одни и те же ассоциации связанные с известным русским писателем, следовательно, являются семантически сходными.

Следует согласиться с доводом заявителя, что графически сравниваемые знаки имеют визуальные отличия и производят различное общезрительное впечатление. Вместе с тем, запоминание знаков потребителем происходит по основным словесным элементам, которые имеют фонетическое и семантическое сходство.

При этом, использование одного и того же алфавита (латинского) в основных индивидуализирующих элементах обозначений (касается знаков 1, 3) 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 заявленное обозначение и противопоставленные ему знаки имеют фонетическое, семантическое и графическое сходство (касается знаков 1, 3), ассоциируются друг с другом в целом, что не позволяет признать степень сходства сравниваемых знаков как низкую.

При анализе однородности товаров и услуг 30, 32, 33, 35, 41, 43 классов МКТУ установлено следующее.

Часть товаров 30 класса МКТУ *«баоцзы; блины; блины пикантные; буррито; киш; кулебяки с мясом; окономияки [японские пикантные блины]; пироги; пицца; сэндвичи; чизбургеры [сэндвичи]»*, в отношении которых согласно решению Роспатента от 29.02.2024 была предоставлена правовая охрана, следует признать однородными товарам 30 класса МКТУ *«гамбургеры; пицца; сэндвичи; чизбургеры [сэндвичи]»*, в отношении которых предоставлена правовая охрана знакам (7, 8). Товары либо являются идентичными, либо соотносятся как род-вид (кулинарные изделия из муки), имеют одно и то же назначение.

Часть товаров 32 класса МКТУ *«вино ячменное [пиво]; гранулы хмеля для пивоварения; коктейли на основе пива; коктейли на основе пива безалкогольные; пиво; пиво безалкогольное; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; хмель замороженный для пивоварения; шенди; экстракты хмелевые для изготовления пива»*, а также все испрашиваемые товары 33 класса МКТУ являются однородными товарам 33 класса МКТУ *«бренди; вина; виски; водка; ликеры»* товарного знака (1), *«алкогольные напитки, а именно бренди»* товарных знаков (2, 3), поскольку соотносятся как род/вид товаров (алкогольная продукция), имеют одно и то же назначение, каналы сбыта и круг потребителей.

Все испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ являются однородными противопоставленным услугам 35 класса МКТУ, указанным в перечне товарного знака (4). Сравнимые услуги либо полностью совпадают, либо соотносятся как род-вид услуг (реклама; управление бизнесом, организация бизнеса, бизнес-администрирование; служба офисная), имеют одни и те же условия оказания и круг потребителей.

Часть испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ *«аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению*

бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент проектов; менеджмент в области творческого бизнеса написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; помощь в управлении бизнесом; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров и услуг третьих лиц по дисконтным программам; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги манекенициков для рекламы или продвижения товаров; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги

по планированию встреч [офисные функции]; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги фотокопирования; услуги агентства по коммерческой информации; сбор и предоставление статистических данных; 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» является однородной противопоставленным услугам *«аренда площадей для размещения рекламы; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; публикация рекламных текстов; распространение рекламных материалов; реклама; управление гостиничными делами»* противопоставленного товарного знака (5). Услуги соотносятся как род - вид услуг (реклама; служба офисная, услуги информационно-справочные, предоставляемые коммерческим потребителям), имеют одни и те же условия оказания и круг потребителей.

Все испрашиваемые услуги 41 класса МКТУ являются однородными противопоставленным услугам 41 класса МКТУ товарного знака (4), поскольку либо содержат тождественные позиции, либо соотносятся как род-вид услуг (воспитание; образование; развлечения; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий).

Часть услуг 41 класса МКТУ, а именно: *«академии [обучение]; аренда реквизита для киносъемок; аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; библиотеки передвижные; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; воспитание физическое; выпуск музыкальной продукции; дискотеки; дрессировка животных; дублирование; издание книг; исследования в области образования; квест комнаты [развлечения];*

кинопрокат; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; образование музыкальное; образование религиозное; обучение; обучение айкидо; обучение в школах-интернатах; обучение гимнастике; обучение дзюдо; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация балов; организация выставок с культурно-просветительской целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение развлекательных мероприятий; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация и проведение спортивных мероприятий; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация лотерей; организация показов мод в развлекательных целях; организация соревнований по электронным видам спорта; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; парки аттракционов; передача знаний и ноу-хау в сфере бизнеса [обучение]; передача ноу-хау [обучение]; передачи развлекательные телевизионные; переподготовка профессиональная; планирование радио- и телепрограмм; постановка шоу; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление виртуальных онлайн-туров с гидом; предоставление информации в области образования; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление музейного оборудования; предоставление музыкальных

файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление оборудования для участия в ролевых играх с живым действием [LARP]; предоставление обучения и образовательного экзамена для целей сертификации; предоставление онлайн-изображений, не загружаемых; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление полей для гольфа; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление спортивного оборудования; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; представление цирковых спектаклей; представления варьете; представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; презентация музейных выставок; проведение альпинистских туров с гидом; проведение фитнес-классов; проведение экзаменов; производство подкастов; производство фильмов, за исключением рекламных; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagneтофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования для игр; прокат оборудования стадионов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; прокат театральных декораций; прокат тренажеров; прокат устройств для чтения электронных книг; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; редактирование текстов; садо [обучение японской чайной церемонии]; сады зоологические;

служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; составление программ встреч [развлечение]; субтитрование; субтитрование; тьюторинг; услуги артистов; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги в области азартных игр; услуги в области электронного спорта; услуги видеомонтажа мероприятий; услуги видеосъемки с помощью дронов; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги звукорежиссеров для мероприятий; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги игротек; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги казино [игры]; услуги караоке; услуги киностудий; услуги композиторов; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги медиатек; услуги моделей для художников; услуги ночных клубов [развлечение]; услуги образовательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги оркестров; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по оценке физического состояния для тренировок; услуги по раскрашиванию лица; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги по сочинению музыки; услуги проведения квалификационных экзаменов по пилотированию дронов; услуги развлекательные; услуги репетиторов [обучение]; услуги светотехников для мероприятий; услуги спортивных лагерей; услуги студий записи; учреждения образовательные дошкольные; услуги фотографирования с помощью дронов; фотографирование; фоторепортажи; хронометраж спортивных состязаний; шоу-программы» являются однородными услугами 41 класса МКТУ «дискотеки; игры азартные; издание книг; информация по вопросам образования и воспитания; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; клубы культурно просветительские и развлекательные; клубы-кафе ночные; организация балов; организация выставок с культурно-просветительской целью; организация и проведение конгрессов,

конференций, семинаров, симпозиумов; организация конкурсов учебных или развлекательных; организация спектаклей; предоставление услуг игровых залов; организация лотерей; представления театрализованные; публикация текстовых материалов [за исключением рекламных]; развлечение гостей; развлечения; составление программ встреч; услуги казино; услуги оркестров; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; шоу-программы», в отношении которых действует правовая охрана товарного знака (5). Сравнимые услуги либо тождественны, либо соотносятся как род-вид (воспитание; образование; развлечения; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий, услуги информационные), имеют одно и то же назначение, могут быть сопутствующими, маркированные сходными обозначениями могут быть смешаны в гражданском обороте.

Часть испрашиваемых услуг 41 класса МКТУ *«издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; услуги каллиграфов; редактирование текстов»* следует признать однородными таким товарам 16 класса МКТУ как *«издания периодические; издания печатные»*, в отношении которых действует правовая охрана товарного знака (4), поскольку указанные услуги являются сопутствующими данным товарам, то есть оказываются непосредственно в отношении данных товаров, маркированные сходными обозначениями могут быть смешаны в гражданском обороте.

Все испрашиваемые услуг 43 класса МКТУ являются однородными противопоставленным услугам 43 класса МКТУ, в отношении которых действует товарный знак (5). Сравнимые услуги либо тождественны, либо соотносятся как род-вид (услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; обеспечение временного проживания), имеют одно и то же

назначение, могут быть сопутствующими, маркированные сходными обозначениями могут быть смешаны в гражданском обороте.

Часть испрашиваемых услуг 43 класса МКТУ «аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда кухонных раковин; аренда мебели; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; мобильные услуги общественного питания; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги закусочных; услуги кафе; услуги кафетериев; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашиоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов; услуги ресторанов самообслуживания; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых» является однородной противопоставленным услугам 43 класса МКТУ «закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом» товарных знаков (6-8). Сравнимые услуги либо тождественны, либо соотносятся как род-вид (услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками), имеют одно и то же назначение, могут быть сопутствующими, маркированные сходными обозначениями могут быть смешаны в гражданском обороте.

Однородность товаров 30, 33, 43 классов МКТУ заявителем не оспаривается.

Вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленных знаков 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, обусловленная фонетическим, семантическим, графическим (касается знаков 2, 5-8) сходством и однородность товаров/услуг, 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.

Относительно приведенных заявителем примеров регистраций на имя заявителя, экспертиза сообщает, что наличие иных регистраций на имя заявителя не приводит к выводу об отсутствии сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками, и предоставление правовой охраны заявленному обозначению в отношении однородных товаров и услуг способно нарушить исключительные права правообладателей противопоставленных товарных знаков.

Отдельно следует отметить, что при регистрации на имя заявителя товарных знаков по свидетельствам №№769254, 607212, 568973, 672667 от правообладателя (Благотворительный фонд друзей Музея Ф.М. Достоевского) противопоставленного товарного знака по свидетельству №296797 (5) были представлены письма-согласия на регистрацию вышеуказанных обозначений. В материалы дела по настоящей заявке №2023709565 письма-согласия не представлено.

Таким образом, у коллегии отсутствуют основания для признания решения Роспатента от 29.02.2024 неправомерным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 28.06.2024, изменить решение Роспатента от 29.02.2024, зарегистрировать товарный знак по заявке №2023709565 с учетом дополнительных оснований.