

Приложение
к решению Федеральной службы по интеллектуальной
собственности

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 17.06.2025 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «КУБИК-МЕДИА», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024737658, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «**ЗНайка**» по заявке №2024737658 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 05.04.2024 на имя заявителя в отношении товаров и услуг 09, 35, 36, 38, 41, 42, 45 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 11.03.2025 было принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг 36 класса МКТУ. Основанием для принятия решения послужило заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении заявленных товаров и услуг 09, 38, 42 классов МКТУ.

Следует отметить, что при принятии решения Роспатента от 11.03.2025 принималась во внимание просьба заявителя исключить из заявленного перечня услуги 35, 41, 45 классов МКТУ, изложенная в корреспонденции от 05.03.2025.

Согласно доводам, изложенными в заключении по результатам экспертизы, являющимся неотъемлемой частью оспариваемого решения Роспатента, заявленное обозначение сходно до степени смешения:



- с товарным знаком « » [1] (свидетельство №699141 с приоритетом от 24.01.2018), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Знайка», 424006, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. 70-летия Вооруженных Сил СССР, 20, этаж 10, для товаров и услуг 09, 42 классов МКТУ, признанных однородными товарами и услугами 09, 42 классов МКТУ;
- с товарным знаком «**ЗНАЙ-КА**» [2] (свидетельство №390822 с приоритетом 05.09.2007), зарегистрированным на имя Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания», 125040, Москва, 5-я ул. Ямского Поля, 19-21, для услуг 38, 42 классов МКТУ, признанных однородными товарами и услугами 09, 38, 42 классов МКТУ.

В поступившем возражении заявитель высказывает мнение относительно отсутствия сходства до степени смешения между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками, обуславливая свои доводы фонетическими, визуальными и семантическими различиями сравниваемых обозначений.

Заявитель указывает, что при восприятии заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков необходимо учитывать зрительное впечатление от их восприятия, которое в целом формируется всеми элементами, составляющими эти знаки, а также приводит в качестве примера правоприменительную практику Суда по интеллектуальным правам по ряду дел (№СИП-34/2020, №СИП-870/2020, №СИП-602/2020).

Также заявитель обращает внимание экспертизы, что противопоставленные товарные знаки зарегистрированы в отношении узкого перечня товаров и услуг 09, 38, 42 классов МКТУ, которые не являются однородными всем заявленным товарам и услугам названных классов.

Помимо указанного, в возражении обращается внимание на то, что заявитель и правообладатели противопоставленных товарных знаков фактически осуществляют деятельность в разных сферах, вследствие чего используемые ими товарные знаки не могут быть смешаны потребителями в гражданском обороте (заявленное обозначение предназначено для индивидуализации программного обеспечения, предназначенного для проверки рекламных материалов и ориентировано на бизнес-сегмент; правообладатель противопоставленного товарного знака [1] использует его для портала обучения и онлайн-школы; правообладатель противопоставленного товарного знака [2] является телевещательной компаний).

На заседании коллегии, состоявшемся 09.10.2025, заявитель дополнительно указал на наличие зарегистрированной программы для ЭВМ «Кубик Знайка» (заявка №2025680653), а также отметил, что заявленное обозначение фактически используется в названии сервиса znaika.pro.

С учетом изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 11.03.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024737658 только в отношении ограниченного перечня товаров и услуг 09, 42 классов МКТУ, поименованных в тексте возражения.

Доводы заявителя иллюстрируют следующие документы:

- копия свидетельства о государственной регистрации программы для ЭВМ;
- выписка из ЕГРЮЛ со сведениями об ООО «КУБИК-МЕДИА».

Изучив материалы дела в отсутствие заявителя, надлежащим образом уведомленном о дате, времени и месте рассмотрения возражения, коллегия полагает, что доводы, изложенные в возражении, являются неубедительными. При этом следует обратить внимание, что неявка стороны спора, в установленном порядке уведомленной о проведении заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания согласно пункту 41 Правил ППС. Заседания коллегии по

рассмотрению возражения неоднократно откладывались с целью обеспечения явки представителя заявителя, который на заседании коллегии, состоявшемся 09.10.2025, ходатайствовал о предоставлении ему дополнительного времени для переговоров с правообладателями противопоставленных товарных знаков с целью получения их согласия на регистрацию товарного знака по спорному заявленному обозначению.

С учетом даты (05.04.2024) поступления заявки №2024737658 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 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями 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.

Исходя из положений пункта 42 Правил, словесные обозначения сравниваются со словесными 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 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).

Заявленное обозначение «**ЗНайка**» по заявке №2024737658 с приоритетом от 05.04.2024 является словесным, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами кириллического алфавита. Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается для индивидуализации указанного в возражении перечня товаров и услуг 09, 42 классов МКТУ, а именно:

09 класса МКТУ - обеспечение программное для компьютеров, записанное, а именно для проверки рекламных материалов с использованием искусственного интеллекта; обеспечение программное прикладное загружаемое для виртуальных сред, а именно для проверки рекламных материалов с использованием искусственного интеллекта;

42 класса МКТУ - разработка программного обеспечения, а именно для проверки рекламных материалов с использованием искусственного интеллекта; обслуживание компьютерного программного обеспечения, а именно для проверки рекламных материалов с использованием искусственного интеллекта; обеспечение программное как услуга [SaaS], а именно для проверки рекламных материалов с использованием искусственного интеллекта; платформа как услуга [PaaS], а именно для проверки рекламных материалов с использованием искусственного интеллекта.

Отказ в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024737658 для всех заявленных товаров и услуг основан на выводе о его сходстве до степени смешения с противопоставленными товарными знаками



«**ЗНАЙКА**» [1] по свидетельству №699141, «**ЗНАЙ-КА**» [2] по свидетельству №390822, имеющими более ранний приоритет и принадлежащими иным лицам.

Противопоставленный товарный знак [1] по свидетельству №699141 зарегистрирован, в частности, для товаров 09 класса МКТУ «блоки памяти для компьютеров; браслеты идентификационные магнитные; браслеты электронные

[измерительные инструменты]; брелоки электронные для дистанционного управления; видеокамеры; видеокамеры для слежения за ребенком/видео-няни; видеоэкраны; вывески механические/знаки механические; вывески светящиеся/знаки светящиеся; голограммы; джойстики для компьютеров, за исключением предназначенных для видеоигр; диктофоны; дискеты; диски звукозаписи; диски магнитные; диски оптические; диски счетные/круги логарифмические/линейки логарифмические круговые; дисководы для компьютеров; дисководы с автоматической сменой дисков для компьютеров; дисплеи носимых мониторов; дисплеи электронно-цифровые; доски интерактивные электронные; доски объявлений электронные; инструменты математические; интерфейсы для компьютеров; калькуляторы; калькуляторы карманные; карандаши электронные [элементы дисплеев]; карточки идентификационные магнитные; картриджи для видеоигр; карты памяти для видеоигровых устройств; карты с магнитным кодом; клавиатуры компьютеров; клиенты тонкие [компьютеры]; ключ-карты закодированные; книги электронные; книжки записные электронные; коврики для "мыши"; компакт-диски [аудио-видео]; компакт-диски [неперезаписываемые]; компьютеры; компьютеры персональные переносные; компьютеры планшетные; компьютеры портативные; компьютеры, носимые на себе; линейки [инструменты измерительные]; линейки квадратные измерительные; линейки логарифмические; магниты декоративные; медиаплееры портативные; механизмы предварительной оплаты для телевизоров; наушники; носители звукозаписи; носители информации магнитные; носители информации оптические; ноты электронные, загружаемые; оборудование компьютерное; очки [оптика]; очки солнцезащитные; очки спортивные; переводчики электронные карманные; платы для интегральных схем; платы печатные; подпись цифровая; приборы для обучения; приборы для регистрации времени; приборы и инструменты астрономические; приборы и инструменты физические; приборы и инструменты химические; приборы измерительные; приборы измерительные электрические; приборы наблюдения; приборы точные измерительные; приемники [аудио-видео]; публикации электронные загружаемые; сканеры [оборудование для обработки данных]; словари карманные

электронные; смарт-карточки [карточки с микросхемами]; смарт-очки; смартфоны; смарт-часы; средства обучения аудиовизуальные; сумки для переносных компьютеров; схемы интегральные; схемы печатные; телевизоры; телефоны мобильные/телефоны сотовые; указатели; устройства для обработки информации; файлы звуковые, загружаемые для звонков мобильных телефонов; файлы изображений загружаемые; файлы музыкальные загружаемые; фильмы мультипликационные; флэш-накопители USB; чехлы для переносных компьютеров; чехлы для планшетных компьютеров; чехлы для смартфонов; шлемы виртуальной реальности; экраны [фотография]; экраны проекционные; элементы графические, загружаемые для мобильных телефонов» и услуг 42 класса МКТУ «анализ компьютерных систем; восстановление компьютерных данных; дизайн художественный; защита информационных систем от вирусов; инжиниринг; консультации в области информационной безопасности; консультации в области информационных технологий; консультации в области разработки и развития компьютерной техники; консультации по вопросам информационной безопасности; консультации по защите цифровых данных; мониторинг компьютерных систем для выявления неисправностей; мониторинг компьютерных систем для обнаружения несанкционированного доступа или взлома данных; мониторинг компьютерных систем с удаленным доступом; оцифровка документов [сканирование]; перенос данных или документов с физического носителя на электронный; предоставление поисковых средств для Интернета; прокат веб-серверов; прокат компьютеров; прокат программного обеспечения; составление технической документации; услуги внешние в области информационных технологий; услуги дистанционного резервного копирования данных; услуги консультационные в области информационных технологий; услуги консультационные в области телекоммуникационных технологий; хранение данных в электронном виде».

Противопоставленный товарный знак [2] по свидетельству №390822 зарегистрирован, в частности, для услуг 42 класса МКТУ «размещение веб-сайтов; разработка компьютерного программного обеспечения; экспертиза инженерно-техническая».

При сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Следует констатировать, что единственным индивидуализирующим элементом заявленного словесного обозначения является семантически значимое слово «ЗНАЙКА¹», которое употребляется в лексике русского языка по отношению к знающему, осведомлённому человеку.

В свою очередь противопоставленные товарные знаки [1], [2] включают в свой состав словесные элементы «Znaika» и «ЗНАЙ-КА».

Словесный элемент «Znaika» в составе противопоставленного комбинированного товарного знака [1] семантически и лексически не связан с иными

¹ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/156445/знийка?ysclid=mlhts7t31s798942815>, Энциклопедический словарь. 2009.

элементами – аббревиатурой «TV²» (означающей «телевидение») и словосочетанием «Учись интересно!», в силу своего центрального положения и крупного шрифтового исполнения акцентирует на себе внимание потребителя в первую очередь, доминирует визуально и выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака. Несмотря на то, что словесный элемент «Znaika» выполнен буквами латинского алфавита, он фактически представляет собой транслитерацию лексической единицы «знайка» в русском языке с приведенным выше смысловым значением. Названные обстоятельства позволяют говорить о фонетическом и семантическом тождестве индивидуализирующих словесных элементом заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1], что обуславливает вывод о высокой степени сравниваемых обозначений в целом, несмотря на визуальные отличия. При этом следует упомянуть, что отсутствие у заявленного обозначения какой-либо графической проработки нивелирует значение визуального критерия сходства при сопоставительном анализе сравниваемых обозначений.

В противопоставленном же словесном товарном знаке [2], как и в заявлении обозначении, присутствует единственный индивидуализирующий элемент – слово «ЗНАЙ-КА», которое имеет определенную семантику в лексике русского языка. Так, словесное обозначение «ЗНАЙ-КА» состоит из глагола «знай» в повелительном наклонении (от глагола «знатъ³» со значение «обладать знанием кого-чего-нибудь, иметь о ком-чем-нибудь понятие, представление») и частицы «-ка⁴», которая употребляется в речи для смягчения просьбы, приказания. Тем самым, можно говорить о том, что слово «ЗНАЙ-КА» по смыслу ассоциируется со знанием и осведомленностью, т.е. имеет аналогичный заявленному обозначению смысл, при этом фонетически ему тождественен. Помимо названных обстоятельств, усматривается, что сравниваемые обозначения выполнены буквами одного и того же алфавита и регистра, что обуславливает вывод об их визуальном сходстве.

² <https://ru.wikipedia.org/wiki/Телевидение?ysclid=mlhu7lk4bl121298395>.

³ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/817614?ysclid=mlhut7u8lr213360461>, Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940.

⁴ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/o gegova/77674?ysclid=mlhuk495e1415651352>, Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992.

Таким образом, поскольку входящие в состав заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков фонетически и семантически тождественные индивидуализирующие словесные элементы «ЗНАЙКА», «Znaika», «ЗНАЙ-КА» несут основную индивидуализирующую нагрузку, есть основания для вывода об ассоциировании сравниваемых обозначений друг с другом в целом. В этой связи также следует упомянуть позицию Суда по интеллектуальным правам, сформулированную по ряду дел (например, №СИП-658/2021, №СИП-210/2017, №СИП-450/2017), о том, что наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется.

Что касается приведенных в возражении выдержек из решений Суда по интеллектуальным правам по ряду дел (№СИП-34/2020, №СИП-870/2020, №СИП-602/2020), то они имеют отношение к иным товарным знакам (« роса-маркет» по свидетельству №559935 и « POCA» по свидетельству №347997; « ПЛАНЕТА СПОРТ» по

свидетельству №519649 и « ПЛАНЕТА» по свидетельству №299509; « КИТ ФАРМА» по



свидетельству №522784 и « 爱» по свидетельству №617025), которые исследовались судом с учетом конкретных фактических обстоятельств. При этом названные судебные акты не имеет преюдициального значения для рассмотрения настоящего спора.

Вместе с тем, вероятность смешения средств индивидуализации определяется не только степенью их сходства, но и степенью однородности товаров (услуг), для сопровождения которых они предназначены.

В рассматриваемом споре сравниваемые перечни 09, 42 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2] включают товары и услуги, связанные с программным обеспечением и ИТ-технологиями, которые характеризуются отнесением их к одной родовой группе (деятельность в сфере создания программных продуктов), что предопределяет одинаковую область

применения, круг потребителей и условия реализации, что обуславливает вывод об высокой степени их однородности.

Также коллегия проанализировала приведенную в возражении информацию о заявителе и правообладателях противопоставленных товарных знаков и приходит к выводу, что эта информация не влияет на вывод об однородности сопоставляемых товаров и услуг. Следует отметить, что при сопоставительном анализе сравниваемых средств индивидуализации исследуется объем испрашиваемой и предоставленной правовой охраны товарных знаков, который в данном споре содержит однородные позиции товаров и услуг.

Принимая во внимание установленную высокую степень сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2] при имеющейся при этом высокой степени однородности товаров 09, 42 классов МКТУ, для сопровождения которых они предназначены, коллегия пришла к выводу об угрозе смешения сравниваемых обозначений в гражданском обороте. Данные обстоятельства препятствуют регистрации товарного знака по заявке №2024737658 согласно требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса и не позволяют удовлетворить рассматриваемое возражение.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:
отказать в удовлетворении возражения, поступившего 17.06.2025, оставить в силе решение Роспатента от 11.03.2025.