

**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, рассмотрела возражение, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) 08.09.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ЮГЭКСИМ», Ростовская обл., г. Таганрог (далее – заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2025737574, при этом установлено следующее.

**Royal Mark**

Словесное обозначение «**Royal Mark**» по заявке № 2025737574 с датой поступления от 11.04.2025 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 33 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в заявке.

Роспатентом 07.08.2025 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2025737574. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 1 и 3 (2) статьи 1483 Кодекса. Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что:

- входящий в состав словесного обозначения «ROYAL MARK» словесный элемент «MARK» (англ. «MARK» – марка, знак, см. Интернет-словари: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/809198/Mark>; [https://avia\\_context\\_en\\_ru.academic.ru/3014/mark](https://avia_context_en_ru.academic.ru/3014/mark); [https://new\\_biology\\_en\\_ru.academic.ru/14203/mark](https://new_biology_en_ru.academic.ru/14203/mark) и др.) является

неохраноспособным согласно пункту 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку в целом не обладает различительной способностью;

- входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «ROYAL» представляет собой название технического спирта (около 95 %), запрещенного к продаже в качестве алкогольного напитка в связи с негативным воздействием на организм человека (см. Интернет-сайты: <https://asder.es/footnotes/spirt-royal/>; <https://www.ixbt.com/live/offtopic/5-populyarnyh-no-vrednyh-produktov-90-h-chem-oni-privlekali-i-chto-s-nimi-stalo-teper.html?ysclid=mbi2nbx6yt864831720>; <https://best90.ru/gastronom/spirt-royal-smertelnyj-napitok-90-kh.html>; <https://www.kommersant.ru/doc/3291967?ysclid=mbi34pv9cd271391711>; <https://picturehistory.livejournal.com/6352581.html?ysclid=mbi374bq4j501419193> и др.), в связи с чем является неохраноспособным на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывает на состав заявленных товаров;

- с учетом информации о негативном влиянии данного вещества на человека заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса, поскольку будет противоречить общественным интересам;

- заявителем не были представлены какие-либо документы и дополнительные материалы, подтверждающие использование заявителем заявленного обозначения в отношении товаров 33 класса МКТУ, а также тот факт, что заявленное обозначение ассоциируется у потребителей только с товарами заявителя;

- заявителем не были представлены документы или иные материалы, подтверждающие, что потребители не воспринимают заявленное обозначение в качестве указания на запрещенный к продаже технический спирт «ROYAL», в связи с чем нет оснований для снятия мотивов по пункту 3 (2) статьи 1483 Кодекса.

В Роспатент 08.09.2025 поступило возражение, основные доводы которого сводятся к следующему:

- словесное обозначение «ROYAL MARK» в целом не относится к категории описательных либо характеризующих товары элементов;

- входящий в состав обозначения элемент «MARK» является общеупотребимым словом английского языка, которое в контексте использования в составе заявленного обозначения не воспринимается потребителем в качестве характеристики товара 33 класса МКТУ (алкогольные напитки), а выполняет функцию дополнительного отличительного элемента; отсутствие у данного слова самостоятельной различительной способности не лишает все обозначение в целом способности индивидуализировать товары конкретного производителя;

- элемент «ROYAL» не может рассматриваться в качестве указания на состав заявленных товаров; обозначение «ROYAL» в сознании среднего российского потребителя ассоциируется, прежде всего, с понятием «королевский», «благородный», что подтверждается практикой Роспатента;

- указание экспертизы на то, что «ROYAL» является названием технического спирта, не соответствует фактическим данным о восприятии обозначения российскими потребителями;

- словосочетание «ROYAL MARK» представляет собой фантазийное обозначение, которое не используется на рынке алкогольной продукции в качестве характеристики товаров, их свойств или состава; для российского потребителя данное сочетание воспринимается как единое выражение с ярко выраженным маркетинговым и ассоциативным значением, что позволяет отличить продукцию заявителя от продукции иных производителей;

- само по себе использование латиницы в обозначении усиливает его отличительный характер; потребитель воспринимает словесный элемент «MARK» не как «марка» в значении «бренд» или «знак», а как часть единого стилизованного наименования; практика регистрации обозначений с элементами «MARK», «LINE», «STYLE», «BRAND» и аналогичными показывает, что они обладают различительной способностью;

- значение элемента «ROYAL» как технического спирта является узкоспециальным и не является общеизвестным для рядового потребителя товаров 33 класса МКТУ; в обороте алкогольной продукции слово «ROYAL» широко используется как фантазийный элемент в составе многочисленных брендов, где оно

ассоциируется исключительно с премиальностью, высоким качеством, статусностью, а не с химическим веществом;

- вывод о неохраноспособности элементов «MARK» и «ROYAL» является необоснованным; в совокупности данные элементы формируют словесное обозначение, обладающее достаточной различительной способностью для индивидуализации товаров заявителя;

- в заявлении обозначении «ROYAL MARK» оба словесных элемента в их сочетании не выполняют описательной функции в отношении товаров 33 класса МКТУ;

- элемент «ROYAL» не является характеристикой вида, качества или состава алкогольных напитков; для потребителя это слово носит ассоциативный характер, обозначающий высокое качество и элитарность продукции, и не может быть истолковано как указание на ингредиенты или свойства товара;

- упоминание о техническом спирте под названием «ROYAL» не имеет отношения к рынку алкогольной продукции, поскольку подобный продукт в принципе запрещен к продаже в качестве напитка; соответственно, у потребителя не возникает ассоциации с данным веществом при восприятии заявленного обозначения;

- элемент «MARK» в свою очередь не указывает на характеристики товаров, а представляет собой формальный, вспомогательный элемент, который в составе заявленного обозначения усиливает его маркетинговый характер; даже если рассматривать его как слово с ограниченной различительной способностью, в комплексе с элементом «ROYAL» оно образует фантастическое словосочетание, которое выполняет индивидуализирующую функцию;

- указанный источник <https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/809198/Mark> фиксирует перевод английского слова «mark» как «метка», «знак», «отметка»; однако данные сведения не свидетельствуют о том, что данный элемент в составе обозначения характеризует товары 33 класса МКТУ или указывает на их свойства; словарь отражает лишь общее значение термина и не может служить

подтверждением восприятия его российскими потребителями применительно к алкогольной продукции;

- следующий источник [https://avia\\_context\\_en\\_ru.academic.ru/3014/mark](https://avia_context_en_ru.academic.ru/3014/mark) содержит специализированное толкование слова «mark» в авиационном контексте; эти значения не имеют отношения к алкогольной продукции и не свидетельствуют об описательном характере данного элемента применительно к товарам 33 класса МКТУ;

- другой источник [https://new\\_biology\\_en\\_ru.academic.ru/14203/mark](https://new_biology_en_ru.academic.ru/14203/mark) приводит определение термина «mark» в области биологии; подобные специализированные толкования отражают профессиональное употребление термина и не свидетельствуют о его связи с алкогольными напитками, а потому не подтверждают вывод о неохраноспособности обозначения;

- источник <https://asder.es/footnotes/spirt-royal/> содержит упоминание о так называемом «спирте Royal» в историко-бытовом контексте; материал носит публицистический характер и не является специализированным источником, подтверждающим восприятие обозначения «ROYAL» как указания на состав алкогольной продукции современными потребителями;

- следующий источник экспертизы <https://www.ixbt.com/live/offtopic/5-populyarnyh-no-vrednyh-produktov-90-h-chem-oni-privlekali-i-chto-s-nimi-stalo-teper.html?ysclid=mbi2nbx6yt864831720> не открывается (страница недоступна); даже если предположить, что материал содержал упоминание «спирта Royal» в контексте 1990-х годов, такой источник носил бы публицистический характер, не подтверждающий восприятие слова «ROYAL» как описательного термина в сфере алкогольной продукции; отсутствие доступа дополнительно снижает его значимость как доказательства;

- аналогично ссылка <https://best90.ru/gastronom/spirt-royal-smertelnyj-napitok-90-kh.html> также не открывается (страница недоступна); по самому URL можно предположить, что речь шла о публикации историко-бытового характера («спирт Royal» в 1990-е годы); однако даже при наличии такого материала это был бы публицистический характер, который отражает культурные воспоминания о

продукте, но не подтверждает утрату различительной способности обозначения или его описательность в отношении товаров 33 класса МКТУ; недоступность страницы делает использование этой ссылки еще менее обоснованным;

- источник <https://www.kommersant.ru/doc/3291967?ysclid=mbi34pv9cd271391711> – статья издания «Коммерсантъ», где обсуждаются проблемы, связанные с потреблением суррогатного алкоголя в 1990-е годы, в том числе упоминается «спирт Royal»; однако публикация фиксирует исторический контекст, не являясь доказательством того, что обозначение «ROYAL» воспринимается современными потребителями как характеристика алкогольных напитков;

- ссылка <https://picturehistory.livejournal.com/6352581.html?ysclid=mbi374bq4j501419193> не носит официального или справочного характера и не свидетельствует о том, что сегодня слово «ROYAL» воспринимается потребителем как указание на состав или свойства товаров 33 класса МКТУ;

- все приведенные ссылки относятся либо к словарям общего и специализированного характера, либо к историко-публицистическим материалам, блогам и журналистским статьям; ни один из них не доказывает, что элементы «ROYAL» или «MARK» утратили различительную способность и воспринимаются современным потребителем алкогольной продукции как описательные обозначения; недоступность ряда ссылок дополнительно снижает убедительность доводов экспертизы, поскольку невозможно проверить содержание материалов и их достоверность;

- словосочетание «ROYAL MARK» не содержит элементов, которые могли бы восприниматься как антиобщественные или вызывающие отрицательные ассоциации: обозначение «ROYAL MARK» не воспроизводит названия литературных, художественных или иных произведений, находящихся в общественном достоянии; обозначение выполнено корректно, без орографических искажений; элемент «ROYAL MARK» не связан с символами спортивных или иных официальных мероприятий, проводимых в Российской Федерации; на имя заявителя отсутствуют зарегистрированные товарные знаки, идентичные или сходные до степени смешения с «ROYAL MARK»; обозначение не содержит нецензурной

лексики; элемент «ROYAL MARK» не является жаргонным или сленговым выражением; обозначение носит исключительно словесный характер и не содержит графики или изображений непристойного содержания; словесное обозначение «ROYAL MARK» не вызывает неприятных ассоциаций; не выявлено ассоциаций с оскорбительными словами на русском языке; обозначение «ROYAL MARK» не содержит религиозных символов и не связано с религиозными верованиями; слово «ROYAL» не воспроизводит официальное название российского государства, его символику или субъектов; обозначение «ROYAL MARK» не содержит упоминаний наркотических веществ;

- заявленное обозначение не относится ни к одной из категорий, которые законодатель относит к противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, и не способно вызвать у потребителей стойкие негативные ассоциации;

- словосочетание «ROYAL MARK» представляет собой искусственную комбинацию слов, не используемую в русском языке в качестве описательного термина применительно к алкогольной продукции; в таком виде оно не обозначает ни свойства, ни состав, ни способ производства товаров 33 класса МКТУ;

- «ROYAL» в английском языке означает «королевский», что в сочетании с алкогольной продукцией воспринимается как элемент, придающий обозначению рекламно-ассоциативный характер, а не как прямое указание на состав товара;

- «MARK» в переводе означает «знак», «метка» или «отметка»; указанное значение носит общий характер и не имеет описательной связи с алкогольными напитками;

- экспертиза необоснованно указала, что слово «ROYAL» якобы ассоциируется с техническим спиртом, известным в 1990-х гг. под названием «ROYAL»; следует отметить, что: употребление технического спирта «ROYAL» было запрещено и на текущий момент полностью выведено из оборота; информация о таком спирте носит исторический характер и не отражает современного восприятия обозначения средним потребителем; в заявлении обозначении

«ROYAL» не используется как указание на состав или вид товаров, а является частью фантастического обозначения;

- для среднестатистического российского потребителя словосочетание «ROYAL MARK» может ассоциироваться с качеством, престижем, принадлежностью к «королевскому стандарту», но не с конкретными свойствами товара; подобные рекламные ассоциации допустимы и не лишают обозначение различительной способности;

- Роспатентом неоднократно принимались положительные решения о регистрации товарных знаков, которые не признавались противоречащими общественным интересам или нормам морали: свидетельства №№1111330, 1025973, 347954, 292203, 567945, 562420; товарные знаки были зарегистрированы без предварительного отказа, что свидетельствует о том, что товарные знаки, содержащие словесные элементы «ROYAL» и «MARK», не противоречат принципам морали и общественным интересам и являются охраняемыми.

На основании изложенного заявитель просит принять решение о регистрации обозначения «ROYAL MARK» в качестве товарного знака в отношении товаров 33 класса МКТУ, указанных в заявке.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 19.11.2025, коллегией выдвинуты дополнительные мотивы для отказа в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, предусмотренные положениями пункта 6 статьи 1483 Кодекса и пункта 1 статьи 1483 Кодекса, а именно:

- заявленное обозначение является сходным до степени смешения со знаками **LEMARQUE**  
«», «**ROYAL CLUB**» по международным регистрациям №№1162051, 315647, зарегистрированными на иных лиц с более ранними датами приоритета в отношении однородных товаров 33 класса МКТУ;

- словесный элемент «ROYAL» заявленного обозначения является хвалебной характеристикой товаров, словесный элемент «MARK» не обладает различительной способностью, в связи с этим обозначение в целом не обладает различительной

способностью, поскольку состоит из неохраняемых элементов, занимающих доминирующее положение.

Названные сведения подкреплены источниками: распечатками из базы данных в отношении противопоставленных товарных знаков с переводом на русский язык, распечатками сведений словарных источников в отношении слов «ROYAL» и «MARK».

С новыми мотивами, выдвинутыми на основании пункта 45 Правил ППС, заявитель был ознакомлен в установленном порядке. В корреспонденции, поступившей 17.12.2025, заявитель представил дополнение к возражению, в котором обозначил свою позицию:

- заявленное обозначение является семантически нейтральным в отношении заявленных товаров и не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками;

- словесный элемент заявленного обозначения состоит из 3 слогов и 9 букв, в то время как словесный элемент знака по международной регистрации № 1162051 состоит из 2 слогов и 8 букв, а при его написании использован другой язык – французский; в свою очередь, словесный элемент знака по международной регистрации № 315647 состоит из 3 слогов и 9 букв, при этом артикуляция обозначений отличается за счет разницы последних слов;

- словесный элемент «ROYAL» не является хвалебной характеристикой товаров, поскольку обозначение в целом имеет иное значение, являясь единым сочетанием слов, которое было разработано заявителем, и имеет множество вариаций толкований;

- поскольку словосочетание «ROYAL MARK» воспринимается в зависимости от уровня осведомленности потребителя, оно является семантически нейтральным по отношению к заявленным товарам;

- словесный элемент противопоставленного знака по международной регистрации № 1162051 переводится с французского языка как «марка», но также может иметь и иные значения: «валюта», «отметка», « пятно», а значит, он имеет иное семантическое значение в сравнении с заявлением обозначением;

- в противопоставленном знаке по международной регистрации № 315647 присутствует дополнительный словесный элемент, который также придает дополнительное смысловое значение, поскольку в целом переводится как «королевский клуб», что существенно отличается от смыслового значения заявленного обозначения;

- отсутствие сходства по смысловому признаку определяет отсутствие сходства обозначений в целом;

- заявленное обозначение и противопоставленные коллегией товарные знаки производят разные общие зрительные впечатления за счет разного композиционного и цветографического решения; комбинированный знак по международной регистрации № 1162051 воспринимается иначе, а совпадение вида алфавита, которым выполнены заявленное обозначение и противопоставленный знак по международной регистрации № 315647, не означает сходства в целом, поскольку товарные знаки могут использоваться в любом графическом оформлении;

- заявитель настаивает, что заявленное обозначение является единой композицией, деление ее на элементы является неверным, вследствие чего указание на хвалебность элемента «ROYAL» необоснованно.

Заявитель поддержал просьбу о регистрации обозначения по заявке № 2025737574 в отношении всех заявленных товаров. От дополнительного времени для подготовки новых доводов и / или материалов заявитель отказался.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (11.04.2025) подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака правовая база для оценки охранных способностей обозначения 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 Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с пунктом 1<sup>1</sup> статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;
- 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в

результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Согласно пункту 37 Правил к обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии.

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.

Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42 – 44 Правил.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 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).

В качестве товарного знака по заявке № 2025737574 испрашивается

регистрация словесного обозначения «**Royal Mark**», выполненного стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров «*аперитивы; арак; биттеры; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; вино рисовое; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; гидромель [медовуха]; джин; дижестивы [ликеры и спиртные напитки]; зельцеры алкогольные; коктейли; кюрасао; ликер анисовый; ликеры; ликеры мятные; макколи; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные солодовые ароматизированные сваренные, кроме пива; напитки алкогольные, за исключением пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки на основе вина; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; соджу; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые» 33 класса МКТУ.*

Исходя из мотивов отказа, установленных в оспариваемом решении Роспатента и приведенных коллегией, регистрация заявленного обозначения не соответствует требованиям пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Прежде всего коллегия исследует соответствие заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Согласно источникам, представленным с протоколом от 19.11.2025, словесный элемент «MARK» является лексической единицей английского языка и в

зависимости от контекста может иметь разные переводы, однако перевод того или иного слова для российского потребителя учитывается в случае, если именно это значение является наиболее известным и понятным.

В данном случае наиболее очевидным является восприятие слова «MARK» как «марка», «знак», «клеймо» или «торговая марка», поскольку такое значение фонетически наиболее близко к указанным словам русского языка и является наиболее простым для понимания.

В свою очередь, слово «ROYAL» имеет значение «царский», «королевский», «величественный», а также «первоклассный», «отличный». Иными словами, все эти прилагательные характеризуют некое преимущество существительного, определяемого таким словом, перед остальными аналогичными. Следует учитывать, что слово «ROYAL» известно российским потребителям, так как используется в названиях типов питания и предоставления услуг в отелях, названиях классов недвижимости, в описании высокого качества товаров (Royal Class, Royal Luxe).

Заявитель в своем возражении сам упоминает, что слово «ROYAL» носит ассоциативный характер, обозначающий высокое качество и элитарность продукции, и не может быть истолковано как указание на ингредиенты или свойства товара.

Слово «ROYAL» в заявлении обозначении использовано вместе со словом «MARK» и в целом может быть переведено как «лучшая марка», «превосходная марка».

Оценка обозначения производится в зависимости от восприятия его адресной группой потребителей по отношению к товарам, для которых испрашивается регистрация. В этой связи установлено, что словосочетание «ROYAL MARK», размещенное на продукции, носит хвалебный характер за счет того, что слово «ROYAL» само по себе обладает оттенком превосходства и при этом сочетается со словом «MARK», которое означает «марка» / «товарный знак». Поэтому в целом образ обозначения сводится к характеристике продукции как лучшей.

Поскольку речь идет об алкогольной продукции 33 класса МКТУ, в целом слово «марка» не воспринимается в каком-либо ином контексте, кроме как «марка»,

«знак», а значит, и слово «ROYAL», которое характеризует эту марку, выступает как хвалебное прилагательное.

Резюмируя сказанное, заявленное обозначение в целом не отвечает условиям оханоспособности в качестве товарного знака, поскольку несет хвалебную характеристику по отношению к товарам, маркированным таким обозначением, и не воспринимается в каком-либо ином контексте вопреки доводам заявителя.

В частности, заявитель отмечает, что сочетание в целом воспринимается в различных иных значениях, но не привел ни одного толкового значения. На представленных им скриншотах из онлайн-словарей указаны только контекстные случаи использования данного словосочетания в разных предложениях со значениями «королевская марка», где в целом также усматривается хвалебная коннотация словосочетания.

Заявитель также обращает внимание на то, что Роспатентом зарегистрированы различные товарные знаки со словом «ROYAL» и со словом «MARK». Вместе с тем обозначение оценивается в том виде, как оно заявлено на регистрацию, и в данном случае оба слова в своей совокупности порождают хвалебный образ и более никакой иной, в отличие от приведенных заявителем примеров товарных знаков «ROYAL HAWK», «ROYAL ROUTE», «ROYAL FISH», «GREEN MARK», «Natural mark», «MARK & LEV».

Таким образом, коллегия приходит к заключению об отсутствии различительной способности словосочетания в целом в связи с тем, что оно состоит из элементов, не соответствующих условиям оханоспособности товарных знаков, и в отсутствие иных элементов доминирует в составе товарного знака и не подлежит правовой охране на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Что касается вывода заключения по результатам экспертизы о том, что словесный элемент «ROYAL» представляет собой название технического спирта (около 95 %), запрещенного к продаже в качестве алкогольного напитка в связи с негативным воздействием на организм человека, и в связи с этим является неоханоспособным на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку

указывает на состав заявленных товаров, следует констатировать, что данное утверждение не может быть признано обоснованным по следующим основаниям.

Источник <https://asder.es/footnotes/spirt-royal/> содержит характеристику продукта «спирт «ROYAL» как «питьевого алкоголя крепостью 96 %», который массово продавался в России в 1992-1995 годах, на этикетке значилось «high quality strong alcohol grain neutral spirits», что в переводе означает «высококачественный крепкий зерновой нейтральный спирт». Это свидетельствует о позиционировании продукта как пищевого спирта, предназначенного для употребления в качестве алкогольного напитка, а не как технического спирта, используемого в промышленных или хозяйственных целях.

Источник <https://picturehistory.livejournal.com/6352581.html> содержит указание на то, что спирт «ROYAL» производили легально на двух заводах в Польше и Чехии, откуда он поставлялся на территорию Российской Федерации, что также подтверждает его предназначение для пищевых целей;

Источник <https://www.ixbt.com/live/offtopic/5-populyarnyh-no-vrednyh-produktov-90-h-chem-oni-privlekali-i-chto-s-nimi-stalo-teper.html> разъясняет, что «ROYAL» был разработан как технический спирт, предназначенный для чистки стекол, разведения костров и других хозяйственных нужд, однако его начали продавать как алкогольный напиток. Вместе с тем по информации, содержащейся в источнике <https://asder.es/footnotes/spirt-royal/>, продукт позиционировался производителем как высококачественный зерновой спирт.

Согласно источнику <https://asder.es/footnotes/spirt-royal/>, продажи «Рояля» завершились в конце 1995 года после принятия Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции»; следовательно, продажи прекращены по причине установления требований к производству и обороту этилового спирта, а не по причине запрета продукта как вредного для здоровья технического спирта.

Источник <https://picturehistory.livejournal.com/6352581.html> указывает, что в 1994 году ввоз спирта «Рояль» в страну запретили, что также не означает признания слова «ROYAL» обозначением запрещенного технического спирта.

О негативных последствиях для здоровья упоминается в источниках <https://asder.es/footnotes/spirt-royal/>, <https://www.ixbt.com/live/offtopic/5-populyarnyh-no-vrednyh-produktov-90-h-chem-oni-privlekali-i-chto-s-nimi-stalo-teper.html>, одновременно в источнике <https://picturehistory.livejournal.com/6352581.html> говорится, что «от спирта Рояль иногда травились и даже слепли, но сложно сказать действительно ли было дело в цвете крышки или в том, что на нелегальных заводах разливали паленку».

Источник <https://best90.ru/gastronom/spirt-royal-smertelnyj-napitok-90-kh.html> сообщает о том, что «Рояль» подразделялся на три вида. Первый с золотой полоской на этикетке не имел ни запаха, ни вкуса, но содержал некую примесь, которая не опускалась на дно. Это считался питьевой спирт. С синими и красными полосками был спирт технический, более дешевый», а далее: «контроля над алкогольной продукцией не было, что развязывало руки мошенникам. Количество ввозимого спирта ограничили к середине 90-х годов. На прилавках стали появляться и другие марки водки. Остатки спирта «Royal» стали применять только в технических целях». Из названных данных статус спорного наименования как обозначения запрещенного технического спирта также не подтверждается.

Источник <https://www.kommersant.ru/doc/3291967> рассказывает «о том времени и его самом ярком бренде – спирте Royal», при этом представлен в виде компиляции цитат различных лиц, касающихся спирта «Royal»: ни одна из цитат не характеризует наименование как обозначение запрещенного технического спирта, напротив, упоминается как «брэнд» продукта с двойственным использованием без негативной коннотации применительно к самому наименованию.

Таким образом, содержание приведенных источников не служит доказательством того, что «Royal» является названием технического спирта. То обстоятельство, что в период с 1992 по 1995 год на территории Российской Федерации продавался продукт, в коммерческом наименовании которого

использовалось слово «Royal», не превращает само слово «ROYAL» в термин, обозначающий технический спирт или указывающий на состав алкогольных напитков. Коммерческое наименование конкретного исторического продукта не может рассматриваться как общепринятый термин для обозначения состава или характеристик товаров соответствующего класса, особенно с учетом того, что оборот данного продукта прекращен более тридцати лет назад.

В заявлении обозначении словесный элемент «ROYAL» используется не изолированно, а в сочетании со словесным элементом «MARK», образуя словосочетание «ROYAL MARK». Данное словосочетание не использовалось для обозначения продукта 1990-х годов, который был известен под названиями «Рояль» или «Royal», и не может восприниматься потребителями как указание на этот исторический продукт.

Таким образом, вывод о способности словесного элемента «ROYAL» служить указанием на состав заявленных товаров не обоснован.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 3(2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Оценив содержание источников, приведенных выше, как обоснования противоречия заявленного обозначения общественным интересам, установлено следующее.

Все приведенные материалы описывают события, происходившие более тридцати лет назад, в период с 1992 по 1995 год. Ни один из источников не является официальным документом, нормативным актом, решением судебного или административного органа или иным материалом, имеющим юридическую силу.

Следует учитывать, что оценке подлежит влияние на общественные интересы именно обозначения применительно к товарам 33 класса МКТУ, а не влияние на здоровье товара как такового, который продавался более тридцати лет назад и давно выведен из оборота. В частности, для применения подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса исследуется возможный вред конкретным общественным интересам.

В рассматриваемом случае словесный элемент «ROYAL» в английском языке означает «королевский», «величественный», «первоклассный», «отличный»,

«роскошный», следовательно, применительно к товарам 33 класса МКТУ в сочетании со словом «MARK» воспринимается в значении характеристики премиального качества товаров и услуг. Данное слово не содержит в себе указания на какое-либо вещество, продукт или характеристику товаров.

В период 1992-1995 годов существовал продукт, маркированный обозначением «ROYAL», который мог иметь негативные последствия для здоровья, однако, это не свидетельствует о том, что российский потребитель на 11.04.2025 при восприятии словесного элемента «ROYAL» в составе словосочетания, предназначенного для использования на товарах 33 класса МКТУ, будет воспринимать его в негативном значении, возмущающим потребителя, затрагивающим его человеческое достоинство.

Несоответствие обозначения иным требованиям статьи 1483 Кодекса само по себе не может свидетельствовать о нарушении общественных интересов, принципов гуманности и принципов морали, поскольку применение подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса имеет самостоятельные критерии.

Как ранее указывалось, вывод о том, что словесный элемент «ROYAL» указывает на название технического спирта, запрещенного к продаже в качестве алкогольного напитка, не соответствует данного обстоятельствам, которые могут быть установлены из представленных источников.

Негативные последствия для здоровья, упоминаемые в источниках, относятся к любому алкогольному продукту. В свою очередь, оценка самих товаров не может подменять оценку обозначения, заявленного на регистрацию в качестве товарного знака.

Поскольку приведенные источники не позволяют утверждать, что словесный элемент «ROYAL» в составе заявленного обозначения будет восприниматься современными российскими потребителями товаров 33 класса МКТУ как указание на запрещенный к продаже технический спирт или как обозначение, противоречащее общественным интересам, то отсутствуют основания для применения к заявленному обозначению положений подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Наряду с рассмотренными мотивами коллегии приведены мотивы несоответствия заявленному обозначению требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в связи с чем противопоставленные товарные знаки иных лиц:

**LE MARQUE**

- знак «» по международной регистрации № 1162051 (конвенциональный приоритет от 24.09.2012), зарегистрированный на имя SPIRIT CAPITAL SA, Швейцария, правовая охрана которому была предоставлена на территории Российской Федерации на основании решения Роспатента от 18.12.2014 с указанием элемента «LE MARQUE» в качестве неохраняемого (срок действия исключительного права продлен до 21.03.2033), в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ;

- знак «**ROYAL CLUB**» по международной регистрации № 315647 (приоритет по дате территориального расширения: 12.06.1995), зарегистрированный на имя Vrumona B.V., Нидерланды, правовая охрана которого действует на территории Российской Федерации с учетом продления до 23.06.2026) в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ.

Сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков показал следующее.

Заявленное обозначение представлено словосочетанием «ROYAL MARK», в котором различительная способность обозначения в целом по отношению к рассматриваемым товарам 33 класса МКТУ не установлена, поскольку в целом обозначение несет характеризующее значение «превосходная марка». Вместе с тем доминирующими с точки зрения визуального восприятия являются словесные элементы «ROYAL» и «MARK», где первый акцентирует на себе внимание за счет начального расположения и большей визуальной длины.

**LE MARQUE**

Противопоставленный знак «» по международной регистрации № 1162051 является комбинированным обозначением, в котором словесный элемент исключен из правовой охраны, вследствие чего обозначение охраняется как визуальная композиция.

Противопоставленный знак «ROYAL CLUB» по международной регистрации № 315647 является словосочетанием, в котором оба слова являются охраняемыми и могут быть переведены на русский язык как «Королевский клуб», «Величественный клуб» и т.п.

При повторном обращении к сравнительному анализу сопоставляемых обозначений коллегия установила, что знак по международной регистрации № 1162051 характеризуется иным визуальным восприятием в сравнении с заявленным обозначением благодаря различию шрифтовых особенностей, наличию изобразительного элемента, в то время как совпадающие в фонетическом отношении элементы «MARK» / «MARQUE» являются неохраняемыми. Учитывая, что сходство лишь неохраняемых элементов во внимание не принимается (см. пункт 162 Постановления Пленума ВС РФ от 23.04.2019 № 10), противопоставление данного товарного знака коллегия снимает.

Сравнительный анализ заявленного обозначения и знака по международной регистрации № 315647 показал, что они построены по одному принципу, поскольку представляют собой словосочетания из двух слов, где первое слово «ROYAL» совпадает, а второе отличается. Обозначения в целом характеризуются идентичным составом букв и звуков, при этом большая часть букв и звуков совпадает.

Заявитель обращает внимание на различия в смысловых значениях, которые могут быть учтены, однако ввиду отсутствия охраноспособности заявленного обозначения критерий смыслового значения не может выступать в качестве определяющего, а превалирование приходится на визуальный признак.

В свою очередь, с точки зрения визуального восприятия словосочетания «ROYAL CLUB» и «ROYAL MARK» являются похожими, поскольку совпадает их визуальная длина благодаря идентичному количеству букв, также полностью совпадает первый элемент, и в обоих случаях использован стандартный шрифт и буквы английского алфавита.

Таким образом, совокупность всех критериев, которые требуется установить, показывает, что степень сходства заявленного обозначения и противопоставленного знака по международной регистрации № 315647 является низкой, однако не может

быть установлено полное отсутствие сходства в связи с совпадением основного элемента, на который приходится первичное внимание потребителя при восприятии обозначений.

Что касается однородности товаров, в отношении которых заявитель спрашивает правовую охрану заявленного обозначения, и товаров, в отношении которых охраняется знак по международной регистрации № 315647, то они являются однородными в высокой степени, поскольку относятся к одному роду и (алкогольная продукция), характеризуются одинаковым назначением, кругом потребителей, условиями реализации, сопутствуют друг другу при продаже и могут восприниматься потребителями как происходящие из одного коммерческого источника.

С учетом того, что степень однородности товаров является высокой, даже низкая степень сходства заявленного обозначения и знака по международной регистрации № 315647 позволяет сделать вывод о наличии несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса (см. пункт 162 Постановления Пленума ВС РФ от 23.04.2019 № 10).

Коллегия дополнительно поясняет, что отсутствие вывода об охранных способностях заявленного обозначения не означает невозможности применения положений пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, поскольку отказ в регистрации обозначения по пункту 1 статьи 1483 Кодекса является преодолимым в случае, если заявитель докажет приобретенную различительную способность

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 08.09.2025, изменить решение Роспатента от 07.08.2025 и отказать государственной регистрации товарного знака по заявке № 2025737574 с учетом дополнительных оснований.**