

**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, рассмотрела поступившее 10.12.2025 возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Деркачевым Константином Анатольевичем, Республика Адыгея (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024732096, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение « » по заявке №2024732096

заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 25.03.2024 на имя заявителя для индивидуализации товаров и услуг 29, 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 30.10.2025 было принято решение о государственной регистрации товарного знака только для части заявленных услуг 35 класса МКТУ, а именно, *«изучение общественного мнения; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; 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 связей с общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; организация и проведение коммерческих мероприятий; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск спонсора; помошь в управлении бизнесом; помошь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; регистрация данных и письменных сообщений; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; услуги агентства по коммерческой информации; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги машинописные; услуги по вырезке новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о*

*встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги копирайтеров; опросы социологические; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес – инкубаторов; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации», с указанием буквы «D» и словосочетания «ДОНДУКОВСКИЙ СЫР» в качестве неохраняемых.*

В соответствии с заключением по результатам экспертизы, являющимся неотъемлемой частью решения Роспатента, препятствием для регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для всего заявленного перечня товаров и услуг является его несоответствие требованиям пунктов 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Согласно изложенные в заключении по результатам экспертизы доводам, входящий в состав заявленного обозначения элемент «D» представляет собой простую букву, не имеющую характерного графического исполнения, вследствие чего не обладает различительной способностью, является неохраняемым.

Входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «ДОНДУКОВСКИЙ СЫР» («ДОНДУКОВСКИЙ» - образовано от «Дондуковская» - станица в Гиагинском районе Республики Адыгея. Административный центр Дондуковского сельского поселения; «СЫР» - пищевой продукт в виде твёрдой или полутвёрдой массы, получаемый путём специальной обработки молока<sup>1</sup>) не обладают различительной способностью, указывают на местонахождение заявителя,

<sup>1</sup> <https://dondukovskoe-r79.gosweb.gosuslugi.ru/o-munitsipalnom-obrazovanii/>,  
<https://dondukovskoe-r79.gosweb.gosuslugi.ru/>,  
[https://www.komandirovka.ru/cities/dondukovskaya\\_adyg\\_r./](https://www.komandirovka.ru/cities/dondukovskaya_adyg_r/),  
<https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/55463/сыр>, Энциклопедический словарь. 2009.

место производства товаров/место оказания услуг, а также на вид заявленных товаров и назначение услуг, вследствие чего являются неохраняемыми.

Вместе с тем, входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «ДОНДУКОВСКИЙ СЫР» в силу своего семантического значения для части заявленных товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ, не относящихся к сырам и не связанных с их продажей и продвижением, способны ввести потребителя в заблуждение относительно вида товаров, назначения услуг.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком «**ДОНДУКОВСКИЙ**» (свидетельство №450130 с приоритетом 14.05.2010), зарегистрированным на имя Немытова Виктора Владимировича, 623850, Свердловская область, г. Ирбит, ул. Свердлова, 12, кв.11, в отношении однородных товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, обосновав свою позицию различительной способностью заявленного обозначения, его неспособностью вызывать не соответствующие действительности представления о товарах и назначении услуг, а также отсутствием сходства между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком.

Заявитель считает, что обозначение «ДОНДУКОВСКИЙ СЫР» отсутствует в каких-либо словарно-справочных источниках информации, не имеет общеупотребительного характера для заявленных товаров и услуг, не воспринимается в качестве их характеристики, вследствие чего является фантазийным.

Фантазийный характер заявленного обозначения, по мнению заявителя, исключает дезориентацию потребителя относительно вида и назначения части заявленных услуг.

Также заявитель полагает, что заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству №450130 характеризуются графическими и фонетическими отличиями, которые обуславливают отсутствие их сходства друг с другом. Помимо указанного, заявитель отмечает, что противопоставленный товарный знак зарегистрирован для узкого перечня услуг 35 класса МКТУ, связанных с

продвижением товаров, следовательно, для иных услуг не способен препятствовать регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

Как отмечается в возражении, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак, представляя собой совершенно разные обозначения, не могут восприниматься средним российским потребителем как средства индивидуализации, принадлежащие одному и тому же изготовителю товаров (лицу, оказывающему услуги).

Также в возражении приводятся данные о правообладателе противопоставленного товарного знака по свидетельству №450130, прекратившего свою деятельность в качестве индивидуального предпринимателя 31.08.2021. Данные обстоятельства, по мнению заявителя, свидетельствуют о неиспользовании противопоставленного товарного знака, а, следовательно, отсутствия вероятности его смешения с заявленным обозначением, которое, напротив, используется заявителем в предпринимательской деятельности. На принадлежащем заявителю молочном заводе осуществляется производство сыров с 2008 года, ассортимент которых насчитывает более 50 видов (<https://dondukovskaya-cheese.ru>). Продукция реализуется в магазине, расположенному как в станице Дондуковская, так и в иных населенных пунктах. Заявитель является членом Южного молочного союза, его продукция сертифицирована, участвует в фестивалях и ярмарках, начиная с 2010 года, таких как «Адыгейский сыр». Также в 2015 году заявитель удостоился награды на Межрегиональном конкурсе «Лучшие товары и услуги Юга России – ГЕММА». Сведения о деятельности заявителя подтверждается администрацией муниципального образования «Дондуковское сельское поселение» Республики Адыгея.

С учетом изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 30.10.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024732096 для всех заявленных товаров и услуг.

Доводы возражения сопровождают следующие документы:

- выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей на правообладателя противопоставленного товарного знака по свидетельству №450130;

- письмо-подтверждение из муниципального образования «Дондуковское сельское поселение» Республики Адыгея о деятельности заявителя;
- презентация продукции;
- декларации соответствия продукции.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия пришла к выводу о неубедительности доводов, изложенных в возражении.

С учетом даты (25.03.2024) поступления заявки №2024732096 правовая база для оценки охранных способностей 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 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 пункта 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.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 настоящей статьи 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 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельны 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.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы: общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака; условными обозначениями, применяемыми в науке и технике; общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах

реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявлении обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявлением обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Как следует из требований подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Исходя из пункта 37 Правил, при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с требованиями подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с 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 заявлении обозначении.

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.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).



Обозначение « » по заявке №2024732096 с приоритетом от 25.03.2024 является комбинированным, включает композицию, состоящую из словесных и графических элементов. Словесный элемент «ДОНДУКОВСКИЙ СЫР» выполнен оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита черного цвета, расположен на двух уровнях. Выше словесного элемента находится графический элемент, представляющий собой оригинально рисованное стилизованное изображение синего и белого цвета в виде горной цепи, посередине которой расположена эмблема в виде заглавной буквы «D» на фоне круга светло-коричневого цвета, очерченного белой и светло-коричневой линиями. Вся описанная выше композиция очерчена овалом синего цвета.

Регистрации товарного знака по заявке №2024732096 испрашивается в отношении следующих товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ:

29 класс МКТУ - агар-агар для кулинарных целей; альгинаты для кулинарных целей; андуйет; белок яичный; вещества жировые для изготовления пищевых жиров; десерт со взбитыми сливками на основе ягод; джемы; желе пищевое, кроме кондитерских изделий; желток яичный; жиры пищевые; заменители молока; изделия из сои порционные; изделия из тофу порционные; йогурт; кефир; коктейли молочные; крем сливочный; маргарин; мармелад [варенье фруктовое]; масла пищевые; масло арахисовое; масло какао пищевое; масло кокосовое жидкое пищевое; масло кокосовое твердое; масло кукурузное пищевое; масло кунжутное пищевое; масло льняное пищевое; масло оливковое первого холодного отжима пищевое; масло оливковое пищевое; масло пальмовое пищевое; масло пальмоядовое пищевое; масло подсолнечное пищевое; масло рапсовое пищевое; масло сливочное; масло соевое пищевое; молоко; молоко арахисовое; молоко арахисовое для кулинарных целей; молоко кокосовое; молоко кокосовое для кулинарных целей; молоко миндальное; молоко миндальное для кулинарных целей; молоко овсяное; молоко рисовое; молоко рисовое для кулинарных целей; молоко с повышенным содержанием белка; молоко свернувшееся; молоко сгущенное; молоко скисшее; молоко соевое; молоко сухое; молоко топленое

молочнокислого брожения; мука рыбная для употребления в пищу; напитки молочнокислые; напитки молочные с преобладанием молока; напитки на основе арахисового молока; напитки на основе кокосового молока; напитки на основе миндального молока; омлеты; орехи ароматизированные; орехи засахаренные; орехи кокосовые сушеные; орехи обработанные; продукты молочные; сливки [молочный продукт]; сливки взбитые; сливки растительные; сметана; сыворотка молочная; сырники; сыры; творог; тофу; ферменты молочные для кулинарных целей; молоко козье; молоко овечье; пудинги [десерты молочные]; сливки сгущенные; десерты творожные; сырки творожные; сыры плавленые; паста молочная с добавлением шоколада или паста молочная с ароматом/вкусом шоколада;

35 класс МКТУ - демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы

*за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; помошь административная в вопросах тендера; помошь в управлении бизнесом; помошь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; 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; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиши; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама*

телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекеников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими,

*ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листков; услуги копирайтеров; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях»; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; опросы социологические; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес – инкубаторов; организация торгово-закупочной деятельности; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги рекламные и маркетинговые, предоставляемые посредством ведения блога.*

Анализ заявленного обозначения показал, что входящий в его состав отдельный буквенный элемент «D», не имеющий характерного графического исполнения, не обладает различительной способностью, в силу чего является неохраняемым согласно требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Исходя из оспариваемого решения Роспатента, с неохраноспособностью названного буквенного элемента заявитель не спорит.

Также в составе заявленного обозначения присутствуют словесные элементы «ДОНДУКОВСКИЙ» и «СЫР», которые входят в лексику русского языка, где слово «ДОНДУКОВСКИЙ<sup>2</sup>» является топонимом, а именно, воспроизводит название станицы в Гиагинском районе Республики Адыгея, административного центра Дондуковского сельского поселения, а слово «СЫР<sup>3</sup>» - это пищевой продукт в виде твёрдой или полутвёрдой массы, получаемый путём специальной обработки молока.

Названные словесные элементы связаны друг с другом лексически и семантически, образуют словосочетание, смысл которого носит не вымышленный характер, как это отмечается в возражении, а определяется исключительно семантикой образующих его слов, т.е. спорное обозначение вызывает представление о конкретном пищевом продукте, происходящем из станицы Дондуковской.

Представляя собой наименование пищевой продукции, поименованной в заявлении перечне 29 класса МКТУ, словесный элемент «СЫР» однозначно воспринимается в качестве указания на определенный вид товаров, т.е. носит описательный характер, а значит, относится к неохраноспособным элементам, не способным выполнять индивидуализирующую функцию как названных товаров, так и услуг, имеющих отношение к их производству и продвижению, организации деятельности сыроваренного предприятия.

Учитывая семантику словесного элемента «СЫР», усматривается вывод о том, что в отношении части заявленных товаров 29 класса МКТУ, являющихся сыром, а также услуг 35 класса МКТУ, связанных с их изготовлением и продвижением, спорный словесный элемент подлежит дикламации согласно требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. К упомянутым товарам и услугам, в отношении которых словесный элемент «СЫР» воспринимается в качестве описательного, относятся следующие позиции перечня:

29 класс МКТУ – «сыры; сыры плавленые»;

35 класс МКТУ – «демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные;

---

<sup>2</sup> <https://dondukovskoe-r79.gosweb.gosuslugi.ru/>.

<sup>3</sup> <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/55463/сыр>, Энциклопедический словарь. 2009.

*исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; 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; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое;*

*продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; 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; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиши; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги*

*манекеников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листков; услуги копирайтеров; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях»; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; опросы социологические; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; ведение делопроизводства; ведение личной корреспонденции; услуги ресечеров; аудит деятельности предприятия; услуги бизнес – инкубаторов; организация торгово-закупочной деятельности; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги рекламные и маркетинговые, предоставляемые посредством ведения блога».*

Между тем, в отношении иных заявленных товаров 29 класса МКТУ, не являющихся сыром, отличаются от него по своему виду и свойствам, словесный

элемент «СЫР» будет являться ложным указанием на вид товара. Аналогичные выводы можно сделать и в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ «организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; службы административные по медицинским направлениям; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями», не имеющих отношения к бизнесу в сфере производства и продвижения сырной продукции.

Наличие спорного словесного элемента «СЫР» в составе заявленного обозначения является препятствием для регистрации товарного знака в отношении упомянутой части товаров и услуг в соответствии с требованиями пункта 3 (1) статьи 1383 Кодекса.

Что касается входящего в состав заявленного обозначения спорного топонима «ДОНДУКОВСКИЙ», то необходимо отметить следующее.

Согласно правоприменительной практике, сформулированной, в частности, в постановлениях Президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.01.2022 по делу № СИП-762/2021 и от 09.03.2023 по делу №СИП-822/2021, в процессе проверки соответствия заявленного на регистрацию обозначения, представляющего собой или включающего географическое название, рекомендуется в первую очередь проанализировать, будет ли заявленное географическое название восприниматься потребителем как указание на место производства или сбыта товара и нахождения изготовителя применительно к товарам, указанным заявителем в перечне.

Так, население станицы Дондуковская согласно информации Росстата на 2024 год насчитывало свыше 6 тысяч человек. В станице расположен Дондуковский сельскохозяйственный техникум<sup>4</sup> - старейшее учебное заведение Республики Адыгея, готовящее кадры для сельского хозяйства. В силу вышеприведенных данных можно говорить о том, что станица Дондуковская не может рассматриваться в качестве малоизвестного потребителю географического объекта. Следовательно, отсутствуют основания для отнесения словесного элемента Дондуковская к фантастическим обозначениям, смысл которых требует рассуждения и домысливания.

При маркировке товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ, относящихся к производству и продвижению сыроваренной продукции, элемент «ДОНДУКОВСКОЕ», воспроизводящее название указанного географического объекта, способно вызывать правдоподобные представления об определенном месте происхождения товара, т.е. восприниматься в качестве обозначения, характеризующего товары (услуги) как происходящие из станицы Дондуковская. В данном случае словесный элемент «ДОНДУКОВСКАЯ» в совокупности со словом «СЫР» выступает в качестве обозначения места производства конкретной продукции, а также воспроизводит место нахождения заявителя.

В этой связи следует указать, что право на использование наименования населенного пункта (или производного от него обозначения) должно оставаться свободным, так как у любого лица может возникнуть необходимость использовать в хозяйственном обороте обозначения, которые описывают товар, служит указанием на место его производства или сбыта, а также место нахождения производителя. Такое обозначение не может принадлежать какому-либо одному лицу и, следовательно, выполнять индивидуализирующую функцию товаров и услуг одного лица, то есть является неохраняемым элементом в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

Коллегия изучила представленные заявителем сведения, которые, по мнению заявителя, обуславливают вывод о приобретении заявленным обозначением различительной способности.

---

<sup>4</sup> <http://donteh.adg.eduru.ru/>;  
<https://www.culture.ru/institutes/94145/dondukovskii-selskokhozyaistvennyi-tehnikum>.

Исходя из приведенного в возражении письма администрации муниципального образования «Дондуковское сельское поселение» Республики Адыгея, принадлежащее заявителю предприятие по производству сыра под брендом «ДОНДУКОВСКИЕ СЫРЫ» зарегистрировано в 2008 году. Данное письмо содержит разнотечение с информацией с сайта «Южный молочный союз», процитированной в тексте возражения, согласно которой заявитель начал свою предпринимательскую деятельность с октября 2020 года.

Представленные заявителем декларации о соответствии различных видов сыров техническим требованиям Евразийского экономического союза относятся к концу 2020 года, т.е. предшествуют дате приоритета заявленного обозначения, однако, сами по себе не подтверждают фактическое присутствие в гражданском обороте упомянутой в них продукции в сопровождении спорным обозначением. Более того, в них упоминается иное средство маркировки сыров - «Особые Дондуковские».

Приведенные в материалах возражения макеты этикеток сыров с заявленным обозначением и каталог продукции не свидетельствуют о действительном введении этих товаров в гражданский оборот в период времени, предшествующий дате приоритета заявленного обозначения.

Информация о получении заявителем в 2015 году награды за качество выпускаемой продукции на Межрегиональном конкурсе «Лучшие товары и услуги Юга России – ГЕММА» или данные о его участии в фестивале 2010 года «Адыгейский сыр» не представляется возможным соотнести с заявленным обозначением.

Все приведенные выше сведения о введении продукции под заявленным обозначением в гражданский оборот носят декларативный характер, не подтверждены фактическими данными об объемах произведенной и реализованной продукции, территорией и временным периодом ее распространения, сведениями о затратах на продвижение товаров и услуг, а также информированностью потребителя об использовании заявленного обозначения до даты его приоритета, следовательно, не соответствуют требованиям пункта 35 Правил и не позволяют сделать вывод о приобретении заявленным обозначением различительной способности.

Кроме того, представленные заявителем документы касаются только таких товаров как сыры, в то время как регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается для широкого перечня товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ.

Таким образом, представленная заявителем информация не свидетельствует о том, что спорное обозначение воспринимается средним российским потребителем не в общем лексическом значении как указание на конкретную продукцию и место ее производства, а как средство индивидуализации продукции заявителя.

Все вышеизложенные обстоятельства позволяют прийти к выводу о неохранных способностях спорного словесного элемента «ДОНДУКОВСКИЙ СЫР» согласно пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса ввиду отсутствия у него как изначальной, так и приобретенной различительной способности.

Кроме того, наличие в составе заявленного обозначения словесного элемента «ДОНДУКОВСКИЙ» послужило основанием для отказа в его регистрации в качестве товарного знака в соответствии с пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса ввиду наличия противопоставленного товарного знака «**ДОНДУКОВСКИЙ**» по свидетельству №450130 с более ранним приоритетом 14.05.2010, принадлежащего иному лицу.

Правовая охрана противопоставленному товарному знаку по свидетельству №450130 предоставлена, в частности, для индивидуализации товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ:

29 класс МКТУ - *сыры, молоко и молочные продукты;*

35 класс МКТУ - *продвижение товаров [для третьих лиц].*

При сопоставительном анализе заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками 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.

Следует констатировать, что противопоставленный товарный знак по свидетельству №450130 состоит из единственного словесного элемента «ДОНДУКОВСКИЙ». Данный словесный элемент, хоть и выполнен оригинальным шрифтом и имеет цветовое оформление, тем не менее, имеет однозначное прочтение и понятную семантику, фонетически и семантически тождественен словесному элементу «ДОНДУКОВСКИЙ» в составе заявленного обозначения.

В этой связи следует констатировать, что наличие тождественных индивидуализирующих элементов «ДОНДУКОВСКИЙ» в сравниваемых знаках обуславливает их ассоциирование друг с другом в целом по смыслу и по звучанию, что приводит к выводу о наличии высокой степени сходства сравниваемых обозначений в целом, несмотря на отдельные отличия.

Необходимо обратить внимание, что согласно позиции Суда по интеллектуальным правам, сформулированной в ряде дел (например, №СИП-658/2021, №СИП-210/2017, №СИП-450/2017), наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака.

Кроме того, при сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков следует упомянуть Постановление

Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №2050/13 от 18.06.2013, в котором отмечается, что добавление к товарному знаку, принадлежащему иному лицу, уточняющего или характеризующего слова не делает это обозначение не сходным до степени смешения с данным товарным знаком. В данном случае в составе заявленного обозначения таким уточняющим словесным элементом является неохраноспособное слово «СЫР», которое не придает индивидуализирующему словесному элементу «ДОНДУКОВСКИЙ» иной семантики, отличной от восприятия слова «ДОНДУКОВСКИЙ» в составе противопоставленного товарного знака.

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

В данном случае перечень заявленного обозначения включает товары 29 класса МКТУ, часть из которых является молочной продукцией или ее заменителями (*«десерт со взбитыми сливками на основе ягод; заменители молока; изделия из тофу порционные; йогурт; кефир; коктейли молочные; крем сливочный; масло сливочное; молоко; молоко арахисовое; молоко арахисовое для кулинарных целей; молоко кокосовое; молоко кокосовое для кулинарных целей; молоко миндальное; молоко миндальное для кулинарных целей; молоко овсяное; молоко рисовое; молоко рисовое для кулинарных целей; молоко с повышенным содержанием белка; молоко свернувшееся; молоко сгущенное; молоко скисшее; молоко соевое; молоко сухое; молоко топленое молочнокислого брожения; напитки молочнокислые; напитки молочные с преобладанием молока; напитки на основе арахисового молока; напитки на основе кокосового молока; напитки на основе миндального молока; продукты молочные; сливки [молочный продукт]; сливки взбитые; сливки растительные; сметана; сыворотка молочная; сырники; сыры; творог; тофу; ферменты молочные для кулинарных целей; молоко козье; молоко овечье; пудинги [десерты молочные]; сливки сгущенные; десерты творожные; сырки творожные; сыры плавленые; паста молочная с добавлением шоколада или паста молочная с ароматом/вкусом шоколада»*), а также услуги 35 класса МКТУ, относящиеся к сфере продвижения

товаров («демонстрация товаров; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; поиск клиентов для третьих лиц; помошь административная в вопросах тендера; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиши; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; 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; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги лидогенерации; услуги манекеников для рекламы или продвижения товаров; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги телемаркетинга; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листков; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях»; сэмплинг; услуги мерчендайзеров; составление рейтингов всех видов промышленной собственности; услуги по анализу и прогнозу развития конъюнктуры рынка; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; организация торгово-закупочной деятельности; услуги рекламные и маркетинговые, предоставляемые посредством ведения блога»), которые совпадают по роду и виду с товарами противопоставленного товарного знака, имеют с ними одинаковое назначение, круг потребителей и условия реализации, что обуславливает вывод об их высокой степени однородности.*

Следует отметить, что поименованные в перечне заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака товары и услуги фактически относятся к

одному сегменту рынка – молочная и сыроваренная промышленность, что обуславливает вывод об их совместной встречаемости в гражданском обороте.

На вывод об однородности товаров и услуг не влияет довод заявителя о том, что противопоставленный товарный знак не используется в отношении товаров и услуг, для которых он зарегистрирован. 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. Кроме того, правовая охрана противопоставленного товарного знака по свидетельству №450130 является действующей, срок действия исключительного права на товарный знак продлен до 14.05.2030. Содержащаяся в Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей запись о принятом правообладателем противопоставленного товарного знака решении прекратить свою деятельность в качестве индивидуального предпринимателя не влечет за собой автоматический вывод о неиспользовании товарного знака, обладателем исключительного права на который в настоящее время может являться любое физическое лицо безотносительно его предпринимательского статуса, например, самозанятый хозяйствующий субъект.

Резюмируя все вышеизложенные обстоятельства, коллегия пришла к выводу, что наличие высокой степени сходства между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком по свидетельству №450130, а также высокая степень однородности упомянутых выше товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ, для сопровождения которых они предназначены, обуславливает возможность их смешения в гражданском обороте в глазах потребителя. Данные обстоятельства препятствуют регистрации товарного знака по заявке №2024732096 согласно требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении спорных позиций заявленного перечня.

Таким образом, оценивая все приведенные в возражении аргументы, коллегия не находит оснований для вывода об ошибочности приведенных в оспариваемом решении Роспатента от 30.10.2025 выводов о несоответствии заявленного

обозначения требованиям пунктов 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса. Следовательно, оснований для отмены названного решения Роспатента и удовлетворения поступившего возражения не имеется.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 10.12.2025, оставить в силе решение Роспатента от 30.10.2025.**