


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 15.02.2026 возражение, поданное Мельниковой Дарьей Дмитриевной, г. Нижний Новгород (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2025704092, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2025704092 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 22.01.2025 на имя заявителя для индивидуализации товаров и услуг 16, 21, 25, 29, 30, 35, 43 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.


Роспатентом 30.10.2025 было принято решение о государственной регистрации товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг 16, 21, 25, 35 классов МКТУ, а также части услуг 43 класса МКТУ *«агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда жилья для отдыха; аренда жилья на время отпуска; аренда мебели; аренда осветительной аппаратуры; аренда офисной мебели; аренда палаток; аренда передвижных строений; аренда переносных кабинок для переодевания; аренда помещений для проведения встреч; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование*

мест для временного жилья; пансионаты для животных; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги детских садов [яслей]; услуги домов престарелых; услуги кемпингов; услуги мотелей; услуги пансионатов; услуги по приему на временное проживание [передача ключей]; услуги по размещению в гостинице; услуги приютов для животных», и выдано свидетельство №1174202. В отношении заявленных товаров 29, 30 классов МКТУ и иной части заявленных услуг 43 классов МКТУ в регистрации товарного знака было отказано. Основанием для принятия указанного решения Роспатента послужило заключение по результатам экспертизы, согласно которому препятствием для регистрации товарного знака послужил довод о его несоответствии требованиям, предусмотренным подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными

знаками «» [1] (свидетельство №1092150 с приоритетом от 20.05.2024),

«**IN-N-OUT**» [2] (свидетельство №426955 с приоритетом от 20.01.2010, срок

действия правовой охраны продлен до 20.01.2030), «» [3] (свидетельство №426953 с приоритетом от 19.01.2010, срок действия правовой охраны продлен до 19.01.2030), зарегистрированными на имя компании Ин-Эн-Аут Бургерс, 4199 Кампус Драйв, 9й Флор, Ирвин, Калифорния 92612, Соединенные Штаты Америки, в отношении однородных товаров и услуг 29, 30, 43 классов МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил несогласие с решением Роспатента, обосновав свою позицию отсутствием сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками ввиду имеющихся, по его мнению, фонетических, семантических и графических отличий сравниваемых обозначений.

Также заявитель обращает внимание на то, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки бесконфликтно сосуществуют на территории Российской Федерации. Правообладатель - это крупная сеть фаст-фуда (бургеры, картошка фри, газированные напитки) в США, не имеет заведений общественного питания в России, сайт компании недоступен российскому потребителю. Заявитель является владельцем ресторана в центре Москвы, специализирующегося на сложных концептуальных блюдах с высокой ценой.

С учетом изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 30.10.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2025704092 для всех заявленных товаров и услуг 29, 30, 43 классов МКТУ.

Доводы возражения сопровождаются следующими документами:

- (1) определение слова «IN-OUT» (первое);
- (2) определение слова IN-OUT (второе);
- (3) информация из официального сайта заявителя <https://www.innot.rest>;
- (4) информация из базы знаний Википедия относительно противопоставленных товарных знаков;
- (5) информация о недоступности сайта правообладателя противопоставленных товарных знаков;
- (6) статья от 21.05.2025 «В Хамовниках открылся ресторан inout»;
- (7) статья от 17.07.2025 «InOut Bistro – новый дорогой проект в богатых Хамовниках»;
- (8) статья в Интернет-издании «Chef.ru» под названием «InOut Bistro – пространство, в котором гастрономия, эстетика и философия сплетаются в единый культурный манифест»;
- (9) статья от 19.07.2025 под названием «Концептуальное бистро InOut – место, где раскрывается многообразие вкусов»;
- (10) статья от 03.06.2025, под названием «InOut – место, где переплетаются противоположности»;
- (11) статья от 24.04.2025, под названием «InOut: открытие концептуального бистро»;

(12) статья от 14.10.2025, под названием ««Метаморфозы» в InOut Bistro на XX Юбилейном Московском Гастрономическом Фестивале!».

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

С учетом даты (22.01.2025) поступления заявки №2025704092 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

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

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

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется

значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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).




Заявленное комбинированное обозначение «» по заявке №2025704092 с приоритетом от 22.01.2025 включает изобразительный и словесный элементы. Словесный элемент представляет собой слово «INOUT», выполненное буквами латинского алфавита оригинальным шрифтом. Изобразительный элемент выполнен в виде оригинальной композиции из букв «I» и «N».

Отказ в государственной регистрации заявленного обозначения по заявке №2025704092 в качестве товарного знака для заявленных товаров 29, 30 классов МКТУ и части заявленных услуг 43 классов МКТУ обусловлен выводом о его несоответствии требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с



наличием противопоставленных товарных знаков «» [1] по свидетельству №1092150 с приоритетом от 20.05.2024, «» [2] по свидетельству




№426955 с приоритетом от 20.01.2010, «» [3] по свидетельству №426953 с приоритетом от 19.01.2010, принадлежащих иному лицу и зарегистрированных в отношении товаров и услуг 29, 30, 43 классов МКТУ.

Заявителем не оспаривается вывод административного органа об имеющейся однородности сравниваемых товаров и услуг 29, 30, 43 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2], [3], часть из которых идентична. Следует отметить, что товары 29, 30 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2], [3] относятся к различным категориям продуктов питания, а услуги 43 класса МКТУ – к деятельности по обеспечению пищевыми продуктами и напитками.

Сопоставляемые товары и услуги характеризуются одинаковым назначением и кругом потребителей, что приводит к выводу о наличии высокой степени однородности, что, в свою очередь, обуславливает вероятность их совместной встречаемости в одном и том же сегменте рынка при сопровождении заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком.

В свою очередь сопоставительный анализ сравниваемых обозначений на предмет их сходства показал, что заявленное комбинированное обозначение

«» и противопоставленные товарные знаки «» [1],

«» [3] включают в свой состав как изобразительные, так и словесные элементы «INOУT», «IN-N-OUT», которые в силу композиционного исполнения воспринимаются в качестве самостоятельных элементов и равным образом выполняют индивидуализирующую функцию. Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем. В противопоставленном товарном знаке «**IN-N-OUT**» [2] слово «IN-N-OUT» является единственным индивидуализирующим элементом.

Коллегия приняла к сведению представленные заявителем сведения из сети Интернет (приложение (1), (2)), которые, как он полагает, отражают смысловое

значение словесного элемента, входящего в состав заявленного обозначения. В этой связи следует отметить, что приведенные источники не являются словарно-справочными, а, кроме того, упомянутое в них слово «IN-OUT» трактуется по-разному («товар вне регулярного ассортимента, продаваемый ограниченное время» или «вход-выход»), т.е. не имеет четко закрепленной семантики.

Коллегия полагает, что словесные элементы «INOУT», «IN-N-OUT» в том виде, как они позиционируются в сравниваемых обозначениях, сами по себе отсутствуют в словарно-справочных источниках информации, что предопределяет вывод об их выдуманном характере. Тем не менее, усматривается, что начальные и конечные части этих слов - «IN» и «OUT», соответствуют лексическим единицам английского языка – предлогам со значением «направление движения внутрь¹» и «направление движения наружу²» соответственно.

Следует отметить, что названные лексические единицы английского языка «in» и «out» в индивидуализирующих словесных элементах «INOУT», «IN-N-OUT» не создают какой-либо устойчивой смысловой конструкции, но за счет известной семантики российскому потребителю названных частей в их составе вызывают одинаковые смысловые ассоциации.

Наличие вышеупомянутых слов в лексике английского языка с присущей ему спецификой произношения тех или иных звуков и звукосочетаний позволяет осуществлять транслитерацию индивидуализирующих словесных элементов «INOУT», «IN-N-OUT» по правилам произношения слов в английской лексике как [ин-аут] и [ин-эн-аут] соответственно.

Слова «INOУT», «IN-N-OUT» характеризуются сходством звучания начальных и конечных частей, совпадением большинства букв/звуков (совпадают пять из шести букв и пять из семи звуков) и одинаковым порядком их расположения. Тем самым, можно говорить о высоком фонетическом сходстве заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2], [3].

¹ <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/in>, <https://woordhunt.ru/word/in?ysclid=mqkvytqupv198650205>.

² <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/out>, <https://woordhunt.ru/word/out?ysclid=mqkw57csv7756762859>.

Сходство сопоставляемых обозначений усиливается за счет выполнения их словесных элементов буквами одного и того же алфавита (латинского) одинакового регистра.

Вышеизложенные обстоятельства позволяют прийти к заключению о наличии высокой степени сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2], [3] друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия.

Необходимо указать, что при анализе сходства товарных знаков и однородности товаров, для сопровождения которых они предназначены, принимается во внимание сложившаяся правоприменительная судебная практика, сформулированная в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц.

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства сравниваемых обозначений и высокая степень однородности товаров и услуг 29, 30, 43 классов МКТУ, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений в гражданском обороте.

Следует отметить, что приведенный заявителем довод о неиспользовании противопоставленных товарных знаков [1], [2], [3] на территории Российской Федерации компаний из Соединенных Штатов Америки не влияет на вывод об отсутствии смешения сравниваемых обозначений. Правовая охрана этих средств индивидуализации является действующей, следовательно, подлежит правовой охране. При этом во внимание принимается не фактическое использование сопоставляемых обозначений, а перечень испрашиваемой и предоставленной правовой охраны этих знаков.

Кроме того, довод заявителя о бесконфликтном использовании заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2], [3] опровергается поступившим 05.11.2025 обращением от компании Ин-Эн-Аут Бургерс,

выражающей обеспокоенность относительно регистрации товарного знака по заявке №2025704092 и усматривающей вероятность смешения сравниваемых обозначений при сопровождении ресторанной деятельности.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1] по свидетельству №1092150, [2] по свидетельству №426955, [3] по свидетельству №426953 в отношении заявленных товаров и услуг 29, 30, 43 классов МКТУ в соответствии с требованиями, установленными подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса. Следовательно, оснований для удовлетворения поступившего возражения и отмены оспариваемого решения Роспатента от 30.10.2025 не имеется.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 15.02.2026, оставить в силе решение Роспатента от 30.10.2025.