

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный №59454), рассмотрела возражение, поступившее 10.10.2025, поданное Шицем Василием Владимировичем, город Элиста (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024838332, при этом установила следующее.

Заявленное обозначение «**Fujicoffee**» по заявке №2024838332 с приоритетом от 09.12.2024 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 05, 30, 32, 35, 39, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 24.09.2025 было принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024838332 в отношении части товаров 05 класса МКТУ.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех товаров и услуг 30, 32, 35, 39, 43 классов МКТУ и части товаров 05 класса МКТУ по причине его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

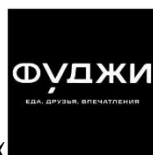
Решением Роспатента установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:



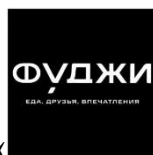

- с товарным знаком «ФУДЗИ» [1] по свидетельству №416739 с приоритетом от 24.11.2008, зарегистрированным на имя Мазура Станислава Анатольевича, г. Красноярск, в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ;


FUDZI

- с товарными знаками «ФУДЗИ», «FUDZI» [2-3] по свидетельствам №352019 с приоритетом от 03.05.2006, №312858 с приоритетом от 19.07.2005, зарегистрированными на Общество с ограниченной ответственностью «ВИНТОРГ», г. Люберцы, в отношении товаров и услуг 32, 33, 43 классов МКТУ, признанных однородными заявленным товарам и услугам 32, 43 классов МКТУ;




ФУДЖИ
FUJI

- с серией товарных знаков «, «, «FUJI» [4-6] по свидетельствам №1043734 с приоритетом от 10.04.2023, №1022498 с приоритетом от 31.03.2023, №836124 с приоритетом от 11.06.2020, зарегистрированных на Общество с ограниченной ответственностью «БГ ГРУПП», г. Самара, в отношении однородных товаров и услуг 30, 35, 39, 41, 43 классов МКТУ;

- с товарным знаком «» [7] по свидетельству №765773 с приоритетом от 28.12.2018, зарегистрированным на Общество с ограниченной ответственностью «ФУДЖИ», г. Самара, в отношении однородных товаров и услуг 30, 35, 39, 41, 43 классов МКТУ;

- с товарным знаком «**ФУДЖИ 1**» [8] по свидетельству №640247 с приоритетом от 22.03.2017, зарегистрированным на НИХОН НОХИЯКУ КО., ЛТД., Япония, в отношении однородных товаров 05 класса МКТУ;




- с товарным знаком «» [9] по свидетельству №876692 с приоритетом от 06.03.2019, зарегистрированным на Общество с ограниченной ответственностью

«ФУДЖИ Элеватор РУС», Санкт-Петербург, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «**FUJI** 富士» [10] по свидетельству №450010 с приоритетом от 11.05.2010, зарегистрированным на Кабусики Кайся Мизкан Холдингз, Япония, в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ;

- с международной регистрацией «FUJI» [11] под №1369310 с приоритетом от 27.01.2017, зарегистрированной на FUJIFILM Corporation, Япония, в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ;



- с международной регистрацией «» [12] под №1319270 с конвенционным приоритетом от 17.08.2016, зарегистрированной на FUJI MINERAL WATER KABUSHIKI KAISHA, Япония, в отношении однородных товаров 32 класса МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 10.10.2025 поступило возражение на решение Роспатента от 24.09.2025. Доводы возражения сводятся к следующему:

– заявленное обозначение представляет собой единое слово, выполненное стандартным шрифтом в одну строку, без пробелов и знаков препинания, что свидетельствует о его цельности и отсутствии оснований для искусственного разделения на отдельные форманты;

– слово «Fujicoffee» является фантазийным и семантически нейтральным по отношению к заявленным товарам и услугам, поскольку отсутствует в официальных словарях и не имеет устоявшегося лексического значения в русском языке;

– для среднего российского потребителя обозначение воспринимается как единое слово и не раскладывается на самостоятельные смысловые части «Fuji» и «coffee», особенно если потребитель не владеет английским языком;

– наличие в составе обозначения элемента «coffee» придает ему четкую смысловую направленность на кофейную продукцию, в то время как

противопоставленные знаки являются абстрактными или географическими и не имеют тематической связи с кофе, что исключает их семантическое смешение;

- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки имеют существенные фонетические различия;

- сравниваемые обозначения обладают визуальными различиями, включая разное графическое написание, разный буквенный состав, количество слов, расположение элементов, а также наличие или отсутствие изобразительных и цветовых элементов, что формирует различное общее зрительное впечатление;

- наличие общего элемента «Fuji» не является достаточным для вывода о сходстве до степени смешения, поскольку решающее значение имеет общее впечатление от обозначения в целом;

- заявитель является правообладателем серии товарных знаков по свидетельствам №№1149975, 1102217, 993486, 1149964, 1129383, 1132710, 1134530, содержащих элемент «ФУДЗИ» в составе сложных обозначений, что свидетельствует о том, что российский потребитель уже ассоциирует такие составные обозначения с продукцией заявителя, а не с иными лицами;

- заявитель приводит примеры из судебной практики с аналогичной, по его мнению, правовой позицией и приводит примеры регистраций обозначений.

На заседании коллегии, состоявшемся 24.12.2025, коллегией были выдвинуты новые основания для отказа, не фигурировавшие в решении Роспатента от 24.09.2025. В частности, коллегия указала на несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса в отношении части заявленных товаров. Это обосновано тем, что элемент «coffee» способен ввести потребителя в заблуждение относительно вида, свойств (состава) товаров.

В корреспонденции от 06.02.2026 заявителем были представлены дополнительные материалы, суть которых сводится к следующему:

- заявитель сокращает испрашиваемый перечень товаров и услуг до следующих позиций: 30 - *ароматизаторы кофейные; заменители кофе; заменители кофе растительные; зерна кофе необжаренные; зерна кофе обжаренные; капсулы кофейные, заполненные; кофе; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные;* 32 –

напитки безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; 39 – доставка товаров; 43 - услуги баров; услуги виртуальных ресторанов; услуги закусочных; услуги кафе; услуги кафетериев; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги ресторанов самообслуживания; услуги столовых;

– заявитель не согласен с характеристикой обозначения как описательного, поскольку оно является фантазийным словесным элементом;

– заявитель является правообладателем ранее зарегистрированного товарного знака по свидетельству №1172484 «**Fudzi Coffee**» в отношении товаров 05 класса МКТУ, а также является правообладателем серии товарных знаков, что свидетельствует о его добросовестности и стремлении защищать свой бизнес в сфере общественного питания;

– Шиц В.В. ведет предпринимательскую деятельность с 2011 года и ему принадлежит сайт <https://www.sushifuji.ru/>;

– сеть ресторанов «Фудзияма» представлена в 14 городах в количестве 42 ресторанов;

– заявитель владеет группой в социальной сети «ВКонтакте» с почти 79 тысячами подписчиков, а также каналом в «Телеграм» с 3735 подписчиками, что подтверждает широкую известность бренда;

– в системе «Яндекс» имеется 539 отзывов и оценок на места общественного питания под обозначением «Фудзияма» со средней оценкой 4,8, что указывает на высокую репутацию и качество оказываемых услуг среди потребителей.

В подтверждение изложенных доводов заявителем представлены:

1. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ИП Шица В.В.;
2. Снимки экрана с сайта <https://www.sushifuji.ru/>;
3. Снимки экрана с сайта <https://vk.com/sushi102>;
4. Снимки экрана с сайта https://t.me/sushifuji_ufa;
5. Снимки экрана с результатами поиска системы «Яндекс».

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение

Роспатента от 24.09.2025 и зарегистрировать заявленное обозначение в отношении скорректированного перечня товаров и услуг 05, 30, 32, 39, 43 классов МКТУ.

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

С учетом даты подачи (09.12.2024) заявки №2024838332 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеуказанный 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 подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся способными ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о 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 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.

В соответствии с абзацем пятым пункта 6 статьи 1483 Кодекса регистрация в

качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в подпунктах 1 и 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

Согласно пункту 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 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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.

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

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).

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение « **Fujicoffee** », выполненное буквами латинского алфавита. Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке №2024838332 испрашивается в черно-белом цветовом сочетании, в отношении товаров и услуг 05, 30, 32, 39, 43 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

С учетом корректировки заявителем испрашиваемого перечня товаров и услуг, проведенный анализ заявленного словесного обозначения «Fujicoffee» позволяет сделать вывод о наличии в его составе элемента, способного ввести потребителя в заблуждение относительно свойств и состава товаров и услуг. Несмотря на то, что обозначение выполнено слитно, без пробелов, семантическая структура данного составного слова с очевидностью распадается для российского потребителя на две самостоятельные части, одна из которых является широко употребляемым словом.

Обращение к словарно-справочным источникам показало, что заявленное обозначение содержит в своем составе словесный элемент «coffee», который в переводе с английского языка означает «кофе», см. <https://translate.academic.ru/coffee/en/ru/>.

Кофе - напиток, изготавливаемый из жареных зёрен кофейного дерева. Благодаря содержанию кофеина оказывает стимулирующее действие, см. Интернет, словари, <https://dic.academic.ru>.

В свою очередь, кофе определяется как напиток, производимый из обжаренных зерен кофейного дерева, обладающий характерным вкусом, ароматом и тонизирующим действием за счет содержащегося в нем кофеина. Более того, кофе выступает не только как самостоятельный продукт, но и как неотъемлемый компонент широкого спектра кофейных напитков, ароматизаторов и пищевых добавок.

Учитывая изложенное, семантическое значение элемента «COFFEE» является очевидным для среднестатистического российского потребителя, который, даже воспринимая надпись слитно, интуитивно выделяет в ней знакомое слово, прямо

указывающее на кофе или кофесодержащую продукцию.

В отношении товаров и услуг 30, 32, 39 и 43 классов МКТУ заявленное обозначение не противоречит пункту 3(1) статьи 1483 Кодекса, поскольку для испрашиваемых товаров 30 и 32 классов МКТУ элемент «coffee» не является ложным, а для услуг 39 и 43 классов МКТУ заявленное обозначение носит фантазийный характер.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

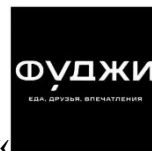


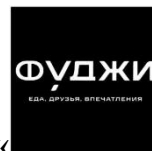

Противопоставленный товарный знак «ФУДЗИ» [1] является комбинированным, включает в свой состав словесный элемент «ФУДЗИ», выполненный в кириллице. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в белом, красном, черном цветовом сочетании в отношении товаров 30 класса МКТУ.


FUDZI


Противопоставленный товарный знак «ФУДЗИ» [2] является словесным, выполнен буквами кириллического и латинского алфавитов. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ. Срок действия регистрации истек 03.05.2026, однако льготный шестимесячный срок для продления действия регистрации истекает 03.11.2026.


Противопоставленный товарный знак «FUDZI» [3] является словесным, выполнен буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 33, 43 классов МКТУ.




Противопоставленная серия товарных знаков «», «», «**ФУДЖИ**» [4-6], объединена единым словесным элементом «ФУДЖИ», выполненного в кириллице. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров и услуг 29, 30, 35, 39, 41, 43 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «» [7] является комбинированным, включает в свой состав словесный элемент «ФУДЖИ», выполненный в кириллице. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в желтом, черном цветовом сочетании в отношении товаров и услуг 30, 35, 39, 41, 43 классов МКТУ.


Противопоставленный товарный знак «» [8] включает в свой состав словесно-цифровой элемент «ФУДЖИ 1», который выполнен в кириллице. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 05 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «» [9] является комбинированным, включает в свой состав словесный элемент «Fuji», выполненный в латинице, и словесный элемент «ELEVATOR», который является неохраняемым элементом знака. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в красном и белом цветовом сочетании в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «» [10] является комбинированным, включает в свой состав словесный элемент «Fuji», выполненный в латинице, и стилизованные изображения иероглифов. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 30 класса МКТУ.

Противопоставленный знак «FUJI» [11] по международной регистрации представляет собой словесное обозначение, выполненное латинскими буквами. Правовая охрана на территории Российской Федерации предоставлена, в том числе, в отношении услуг 41 класса МКТУ.



Противопоставленный знак «» [12] по международной регистрации представляет собой комбинированное обозначение, которое включает в свой состав словесный элемент «Fuji», выполненный в латинице. Правовая охрана на территории Российской Федерации предоставлена в отношении товаров 32 класса МКТУ.

В комбинированных обозначениях доминирующую роль играет словесный элемент, поскольку он легче запоминается потребителем, чем изобразительный, и именно на нем фокусируется внимание. Более того, в устной речи и радиорекламе он является единственным элементом, доступным для восприятия.

В сравниваемых обозначениях доминирующими элементами являются: «Fujicoffee» и «ФУДЗИ» / «FUDZI ФУДЗИ» / «FUDZI» / «ФУДЖИ» / «ФУДЖИ» / «ФУДЖИ FUJI» / «ФУДЖИ» / «ФУДЖИ 1» / «FUJI» / «FUJI» / «FUJI» / «FUJI».

Несмотря на наличие в одном из знаков словесного элемента «coffee», доминирующее положение во всех обозначениях занимает фонетически тождественный элемент «Fuji», который по правилам транслитерации может читаться как «ФУДЗИ» либо «ФУДЖИ». Именно с этого сильного начального элемента начинается восприятие знаков потребителем, и именно он запоминается в первую очередь, формируя общее звуковое и зрительное впечатление, тогда как второстепенные словесные элементы не способны преодолеть возникшее фонетическое сходство.

По семантическому признаку сходства сопоставляемые обозначения не представляется возможным оценить, поскольку словесный элемент «Fujicoffee» отсутствует в словарно-справочных изданиях и является фантазийным.

Визуальное сходство между обозначениями частично усиливается за счет использования единого алфавита (латинского) в противопоставленных знаках [2, 3, 6, 9-12] и стандартного шрифта в противопоставленных знаках [2, 3, 6, 10, 11].

На основании вышеизложенной информации, коллегия приходит к выводу о том, что заявленное обозначение и противопоставленные знаки [1-12] ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия. Имеющиеся визуальные отличия, связанные с присутствием в комбинированных обозначениях дополнительных, отличающихся изобразительных элементов, являются второстепенными за счет превалирования установленного фонетического сходства словесных элементов.

Анализ однородности испрашиваемых к регистрации товаров и услуг показал следующее.

Коллегия отмечает, что ввиду корректировки перечня ряд противопоставлений может быть снят ввиду преодоления критерия однородности.

Перечни противопоставленных товарных знаков [8, 9, 11] не содержат позиций, которым были бы однородны испрашиваемые товары и услуги 30, 32, 39, 43 классов МКТУ, так как не содержат ни общеродовых, ни корреспондирующих позиций.

Испрашиваемые товары 30 класса МКТУ *«ароматизаторы кофейные; заменители кофе; заменители кофе растительные; зерна кофе необжаренные; зерна кофе обжаренные; капсулы кофейные, заполненные; кофе; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные»* однородны товарам 30 класса МКТУ *«ароматизаторы ванили для кулинарных целей; ароматизаторы для кондитерских изделий, за исключением эфирных масел; ароматизаторы для напитков, за исключением эфирных масел; ароматизаторы кофейные; ароматизаторы пищевые, кроме эфирных масел; заменители кофе растительные; кофе, чай, какао и заменители кофе; кофе-сырец; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; препараты ароматические пищевые; цикорий [заменитель кофе]»* противопоставленных знаков [4-6], товарам 30 класса МКТУ *«кофе, чай, какао и заменители кофе; ароматизаторы ванили для кулинарных целей; ароматизаторы для кондитерских изделий, за исключением эфирных масел; ароматизаторы для напитков, за исключением эфирных масел; ароматизаторы кофейные; ароматизаторы пищевые, кроме эфирных масел; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; заменители кофе; заменители кофе растительные; кофе; кофе-сырец; препараты ароматические пищевые; цикорий [заменитель кофе]»* противопоставленного знака [7], поскольку относятся к товарам - кофе и напитки кофейные, ароматизаторы пищевые, имеют одинаковый круг потребителей, условия реализации, а также являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми.

А испрашиваемые товары 30 класса МКТУ не однородны товарам 30 класса МКТУ *«суши; рис»* противопоставленного знака [1] и товарам 30 класса МКТУ

«уксус; специи; приправы; пряности» противопоставленного знака [10], поскольку относятся к разным родовым группам товаров, имеют разный круг потребителей и условия реализации.

Испрашиваемые товары 32 класса МКТУ «*напитки безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные*» однородны товарам 32 класса МКТУ «*аперитивы безалкогольные; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки арахисово-молочные; напитки безалкогольные; напитки изотонические; напитки на основе молочной сыворотки; напитки фруктовые; напиток миндально-молочный; нектары фруктовые с мякотью; сассапариль [безалкогольный напиток]; шербет [напиток]*» противопоставленного знака [2], поскольку относятся к напиткам безалкогольным разного вида, соотносятся как род и вид, имеют одинаковый круг потребителей, условия реализации, а также являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми.

А испрашиваемые товары 32 класса МКТУ не однородны товарам 32 класса МКТУ «*mineral water from the area surrounding Mount Fuji; sparkling water from the area surrounding Mount Fuji*» (перевод: *минеральная вода из окрестностей горы Фудзи; газированная вода из окрестностей горы Фудзи*) противопоставленного знака [12], поскольку относятся к разным родовым группам товаров, имеют разный круг потребителей и условия реализации.

Испрашиваемые услуги 39 класса МКТУ «*доставка товаров*» однородны услугам 39 класса МКТУ «*доставка пакетированных грузов; доставка товаров; транспортировка; услуги курьеров [доставка корреспонденции или товаров]; экспедирование грузов; доставка газет; доставка корреспонденции; доставка товаров, заказанных по почте; доставка цветов; пополнение банкоматов наличными деньгами*» противопоставленных знаков [4-6], поскольку относятся к услугам служб доставки, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Испрашиваемые услуги 43 класса МКТУ «*услуги баров; услуги виртуальных ресторанов; услуги закусочных; услуги кафе; услуги кафетериев; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о*

пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги ресторанов самообслуживания; услуги столовых» однородны услугам 43 класса МКТУ «*закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуги кемпингов; услуги по приготовлению блюд и доставки их на дом»* противопоставленного знака [3], услугам 43 класса МКТУ «*закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов ваюку; услуги по обеспечению пищевыми продуктами»* противопоставленных знаков [4-6], так как относятся к предприятиям общественного питания. Следовательно, преследуют одинаковые цели, имеют один и тот же круг пользователей, для них характерны схожие условия оказания услуг.

Принимая во внимание сходство сопоставляемых обозначений и высокую степень однородности сопоставляемых товаров и услуг, коллегия пришла к выводу о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений. Следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

В отношении того, что заявителем были приведены примеры регистраций, то коллегия отмечает, что делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно, в связи с чем данный довод не может быть принят коллегией во внимание.

В связи с тем, что коллегией в ходе рассмотрения возражения были установлены новые обстоятельства, препятствующие предоставлению правовой охраны, которые не были указаны в решении Роспатента от 24.09.2025, и данные обстоятельства свидетельствуют о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса в отношении части заявленных товаров, решение Роспатента от 24.09.2025 подлежит изменению. При этом регистрация товарного знака по заявке №2024838332 может быть осуществлена исключительно в

отношении тех товаров 05 класса МКТУ, которые были указаны в решении Роспатента от 24.09.2025. Что касается товаров и услуг 30, 32, 39 и 43 классов МКТУ, в отношении которых изначально было отказано в регистрации, то указанное изменение решения не распространяется на данные позиции, поскольку в отношении них как первоначальные, так и вновь выявленные основания для отказа (пункт 3 и пункт 6 статьи 1483 Кодекса) признаны коллегией обоснованными.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 10.10.2025, изменить решение Роспатента от 24.09.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024838332 с учетом дополнительного основания.