

**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 26.11.2025, поданное Победкиным Павлом Викторовичем, г. Обнинск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024771089, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «Hamster» по заявке №2024771089 с приоритетом от 28.06.2024 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 33 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 04.08.2025 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024771089 в отношении товаров 33 класса МКТУ ввиду несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса (далее – решение Роспатента).

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение является сходным до степени смешения с товарными знаками:

- с товарным знаком «Хамстер» по свидетельству №1016711, с приоритетом от 15.02.2024 в отношении товаров 03 (ароматизаторы для напитков [эфирные масла]), 16 (трафареты для украшения еды и напитков) классов МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 33 класса МКТУ [1];



- с товарным знаком «Hamster» по свидетельству №817169, с приоритетом от 12.03.2020 в отношении товаров 30 класса МКТУ (ароматизаторы для напитков, за исключением эфирных масел; камень винный для кулинарных целей; мед; рис; семя анисовое; продукты зерновые; экстракт солодовый пищевой) и услуг 43 класса МКТУ (услуги баров), признанных однородными заявленным товарам 33 класса МКТУ [2].

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 26.11.2025 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель не претендует на регистрацию заявленного обозначения в отношении товаров 33 класса МКТУ «спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые»;

- заявитель обращает внимание на тот факт, что обозначения противопоставлены в отношении товаров и услуг 03 (ароматизаторы для напитков [эфирные масла]), 16 (трафареты для украшения еды и напитков), 30 (ароматизаторы для напитков, за исключением эфирных масел; камень винный для кулинарных целей; мед; рис; семя анисовое; продукты зерновые; экстракт солодовый пищевой), 43 (услуги баров) классов МКТУ. Вместе с тем, проведенный анализ однородности товаров заявленного обозначения и товаров/услуг противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №1016711, №817169 по основным и вспомогательным критериям однородности показывает, что сравниваемые товары/услуги абсолютно различны по роду, виду, назначению, кругу потребителей, условиям реализации, в связи с чем отсутствует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности сравниваемых товарных знаков одному производителю. Соответственно сравниваемые перечни товаров/услуг являются неоднородными. С учетом отсутствия однородности, сравниваемые обозначения не могут быть признаны сходными до степени смешения;

- заявитель является правообладателем товарного знака «Lucky hamster» по свидетельству №1081657 в отношении товаров 33 класса МКТУ.

С учетом приведенных в возражении доводов заявитель просит отменить решение Роспатента от 04.08.2025 и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2024771089 в качестве товарного знака в отношении товаров 33 класса МКТУ «аперитивы; арак; биттеры; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; гидромель [медовуха]; джин; дигестивы [ликеры и спиртные напитки]; зельцеры алкогольные; коктейли; кюрасао; ликер анисовый; ликеры; ликеры мятные; макколи; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные солодовые ароматизированные сваренные, кроме пива; напитки алкогольные, за исключением пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки на основе вина; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; соджу».

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (28.06.2024) заявки №2024771089 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 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.

Исходя из требований абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком другого лица, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

Положения, предусмотренные абзацем пятым настоящего пункта, не применяются в отношении обозначений, сходных до степени смешения с коллективными знаками.

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

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

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

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

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

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).


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

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «Hamster», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке №2024771089 испрашивается в отношении товаров 33 класса МКТУ.

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

Противопоставленный товарный знак [1] является словесным «Хамстер», выполненным стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении в отношении товаров 03 (ароматизаторы для напитков [эфирные масла]), 16 (трафареты для украшения еды и напитков) классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [2] является комбинированным  «Hamster», состоящим из стилизованного изображения хомяка, под которым расположен словесный элемент «Hamster», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров и услуг 30 (ароматизаторы для напитков, за исключением эфирных масел; камень винный для кулинарных целей; мед; рис; семя анисовое; продукты зерновые; экстракт солодовый пищевой), 43 (услуги баров) классов МКТУ.

При проведении сопоставительного анализа заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1, 2] было установлено, что в товарном знаке [2] основную индивидуализирующую нагрузку несет словесный элемент «Hamster». Указанное обосновывается тем, что в комбинированных обозначениях основное внимание и запоминание происходит именно по словесным элементам, на которых в первую очередь концентрируется внимание потребителей.

Кроме того, при сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-2] коллегия руководствовалась 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 заявленного обозначения и противопоставленных знаков определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Таким образом, анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-2] показал следующее.

Анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарных знаков [1-2] показал, что обозначения включают в себя фонетически и семантически тождественные словесные элементы: «Hamster»/«Хамстер»/«Hamster».

Так, фонетическое сходство обусловлено полным совпадением начальных и конечных частей, тождественным составом гласных и согласных звуков, а также их одинаковым расположением по отношению друг к другу.

Что касается семантического фактора сходства, следует отметить следующее.

Словесный элемент «Hamster» заявленного обозначения (в переводе с английского языка означает «хомяк», см. <https://www.translate.ru>), при этом, словесный элемент «Хамстер» противопоставленного товарного знака [1] является транслитерацией буквами русского алфавита слова «Hamster».

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1, 2] включают в свой состав семантически тождественные словесные элементы «Hamster»/«Хамстер», смысловое значение которых хорошо известно российскому потребителю.

На основании указанного, сравниваемые обозначения признаны сходными по семантическому и фонетическому фактору сходства словесных обозначений.

Графическое отличие сопоставляемых обозначений не оказывает существенного влияния на вывод об их сходстве, поскольку графическая проработка противопоставленного товарного знака [2] не снимает высокой степени

фонетического и семантического сходства их словесных составляющих, которое определяет запоминание знаков потребителями.

Кроме того, использование при исполнении словесных элементов сравнимых обозначений (заявленного и противопоставленного [2]) одного и того же алфавита (латинского) обуславливает вывод о том, что они не имеют существенных графических различий.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ однородности испрашиваемых к регистрации услуг показал следующее.

Товары 33 класса МКТУ «аперитивы; арак; биттеры; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; гидромель [медовуха]; джин; джестивы [ликеры и спиртные напитки]; зельцеры алкогольные; коктейли; кюрасао; ликер анисовый; ликеры; ликеры мятные; макколи; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные солодовые ароматизированные сваренные, кроме пива; напитки алкогольные, за исключением пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки на основе вина; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; соджу» заявленного обозначения представляют собой алкогольные напитки.

Товары 03 класса МКТУ «ароматизаторы для напитков [эфирные масла]» противопоставленного товарного знака [1] и товары 30 класса МКТУ «ароматизаторы для напитков, за исключением эфирных масел» противопоставленного товарного знака [2] предназначены для напитков, представляют эфирные масла и химические вещества, которые могут быть

использованы при приготовлении алкогольных напитков, в связи с чем, данные товары являются однородными вышеуказанным товарам 33 класса МКТУ заявленного обозначения, поскольку сравниваемые товары являются комплементарными, имеют один круг потребителей и условия реализации.

Товары 16 класса МКТУ «трафареты для украшения еды и напитков» противопоставленного товарного знака [1] представляют специальные плоские шаблоны из безопасного пищевого пластика, силикона или плотной бумаги с вырезанными узорами и используются для декорирования, в том числе, данные товары относятся к барным принадлежностям и могут быть использованы как сопутствующие товары вышеуказанным товарам 33 класса МКТУ заявленного обозначения, в связи с чем, сравниваемые товары имеют одно назначение, один круг потребителей и условия реализации, то есть являются однородными.

Товары 30 класса МКТУ «камень винный для кулинарных целей; мед; рис; семя анисовое; продукты зерновые; экстракт солодовый пищевой» противопоставленного товарного знака [2] являются продуктами питания или кулинарными ингредиентами. Данные товары не являются однородными вышеуказанным товарам 33 класса МКТУ заявленного обозначения, поскольку сравниваемые товары имеют разное назначение, имеют различные характерные особенности, различный круг потребителей и условия реализации, то есть обладают высокой степенью неоднородности.

Товары 33 класса МКТУ «аперитивы; арака; биттеры; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; гидромель [медовуха]; джин; дижестивы [ликеры и спиртные напитки]; зельцеры алкогольные; коктейли; кюрасао; ликер анисовый; ликеры; ликеры мятные; макколи; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные солодовые ароматизированные сваренные, кроме пива; напитки алкогольные, за исключением пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки на основе вина; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; соджу» заявленного обозначения являются однородными с услугами 43 класса МКТУ «услуги баров» противопоставленного товарного знака [2], поскольку

сравниваемые товары и услуги являются сопутствующими, тесно связаны друг с другом, потребитель может счесть, что алкогольные напитки и бар, специализирующийся на их подаче, принадлежат одному производителю.

При этом любой производитель продукции стремится к ее активному продвижению, одним из способов которого является реклама. Распространенным методом рекламы алкогольной продукции в условиях ограничений, наложенных законодательством Российской Федерации на этот род товаров, становится коллаборация производителей алкоголя с организациями, имеющими право осуществлять их продажу (в частности, бары, рестораны), что выражается, например, в оформлении интерьера и элементов декора с использованием соответствующих брендов производителя алкоголя, использование в названии баров (ресторанов) соответствующий известный товарный знак производителя того или иного напитка, использование напитка под этим товарным знаком в меню заведения.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1, 2].

Также было установлено, что товары 33 класса МКТУ заявленного обозначения являются однородными с товарами 03, 16, 30 (части) и услугами 43 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2], и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Относительно представленных сведений о том, что заявитель является правообладателем товарного знака «Lucky hamster» по свидетельству №1081657, зарегистрированного 27.01.2025 в отношении товаров 33 класса МКТУ, с датой приоритета от 28.06.2024, коллегия отмечает, то, что данная регистрация касается иного обозначения, делопроизводство по которому велось самостоятельным независимым порядком, не имеющим отношения к делопроизводству по рассматриваемому обозначению.

При этом необходимо принять во внимание правоприменительную судебную практику относительно вопроса действия принципа правовой определенности, сформулированную в Постановлении Суда по интеллектуальным правам от

16.09.2024 по делу №СИП-1168, в котором говорится о том, что принцип правовой определенности подлежит применению в отношении ранее установленной административным органом различительной способности обозначения. То есть, доводы о действии принципа правовой определенности могут быть заявлены при проверке решения административного органа на предмет его соответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем при отказе в регистрации заявленного обозначения по мотиву его несоответствия положениям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса действие принципа правовой определенности ограничено, поскольку учитывается, какие товарные знаки были фактически найдены в рамках информационного поиска.

Аналогичная правовая позиция была изложена в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.09.2022 по делу №СИП-278/2022, от 22.05.2023 по делу №СИП-733/2022.

Кроме того, указанный товарный знак в настоящее время, на основании государственной регистрации договора об отчуждении исключительного права на товарный знак в отношении всех товаров и/или услуг от 11.11.2025, №РД0522861, принадлежит ООО «КАЛУЖСКИЙ ЛИКЕРО-ВОДОЧНЫЙ ЗАВОД КРИСТАЛЛ», Калужская обл., г. Обнинск.

Таким образом, довод заявителя о том, что он является правообладателем ранее зарегистрированного товарного знака по свидетельству №1081657, не может служить основанием для преодоления препятствий по основаниям, предусмотренным пунктом 6 статьей 1483 Кодекса.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.11.2025, оставить в силе решение Роспатента от 04.08.2025.**