

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом от 12 марта 2014 г. N 35-ФЗ "О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 14.09.2021, поданное ООО «СПАР Миддл Волга», г.Нижний Новгород (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 704806, при этом установлено следующее.



Оспариваемый товарный знак «» по заявке № 2018723550, поданной 06.06.2018, зарегистрирован 21.03.2019 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 704806 на имя ООО «ИНВЕСТИЦИОННАЯ КОМПАНИЯ «МОЛОДЫЕ И КРАСИВЫЕ», Москва (далее – правообладатель) в отношении услуг 35, 43 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне свидетельства.

В поступившем 14.09.2021 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, его подавшего, о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 704806 произведена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 1 (2), (3) и 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- согласно сведениям из ЕГРЮЛ основными видами деятельности лица, подавшего возражение, являются, в частности, торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачные изделия в неспециализированных магазинах; торговля оптовая прочими пищевыми продуктами; производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения; производство сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, производство мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения; деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания;

- лицо, подавшее возражение, по лицензии от нидерландской компании SPAR International B.V. развивает сеть из 100 розничных магазинов различного формата под торговыми наименованиями SPAR, EUROSPAR, SPAR EXPRESS в 14 регионах России;

- особенностью формата розничных магазинов SPAR является высокая доля отделов кулинарии, где потребителям предлагаются к продаже свежеприготовленные продукты питания, готовые блюда или полуфабрикаты собственного производства. Потребителям предлагаются отделы мясных изделий, салатов, пиццы и шаурмы,пельменей;

- правообладатель оспариваемого товарного знака обратился с претензией к лицу, подавшему возражение, в связи с использованием последним при маркировке продуктов питания собственного производства (пельменей) словесных элементов «ЛЕПИМ. ЖАРИМ» ввиду предполагаемого нарушения исключительных прав правообладателя с требованием о прекращении нарушения исключительных прав на оспариваемый товарный знак и выплате компенсации;

- правообладатель оспариваемой регистрации подал к лицу, подавшему возражение, иск о защите исключительных прав на оспариваемый товарный знак, который рассматривается в Арбитражном суде Нижегородской области;

- на основании изложенных обстоятельств лицо, подавшее возражение, заинтересовано в подаче настоящего возражения, поскольку оспариваемая регистрация напрямую затрагивает интересы ООО «СПАР Миддл Волга» в сфере предпринимательской деятельности и препятствует ведению им хозяйственной деятельности;

- в оспариваемом товарном знаке словесный элемент «ЛЕПИМ И ЖАРИМ» занимает центральное положение, акцентирует на себе внимание потребителей за счет пространственного расположения, крупного размера и простого легко читаемого шрифтового исполнения, в связи с чем является доминирующим и выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака;

- неохраняемый словесный элемент «Свежие чебуреки» рассматривается в неразрывной связи со словесным элементом «ЛЕПИМ И ЖАРИМ», образует грамматически и семантически связанное предложение русского языка с единой целью высказывания;

- изобразительные элементы в рассматриваемом знаке в виде простых геометрических фигур, пунктира и прямых линий носят очевидно вспомогательный характер, не оказывают влияния на восприятие его словесных элементов и служат средством его оформления (обрамления);

- семантическое значение, заложенное в анализируемой фразе, понятно среднему российскому потребителю без необходимости домысливания и вне зависимости от контекста употребления как прямое указание на товар (пищевой продукт), способ его производства и приготовления, а также на сопутствующие услуги по приобретению и употреблению такого пищевого продукта;

- оспариваемые услуги 43 класса МКТУ относятся к категории предприятий общественного питания, которые изготавливают пищевые продукты;

- лепка является традиционным способом изготовления мучных кулинарных изделий, в частности пельменей, а варка является одним из способов приготовления

таких блюд, что подтверждается словарными статьями и терминологией ГОСТ 31985-2013;

- изложенное свидетельствует о том, что словесный элемент «ЛЕПИМ И ЖАРИМ» как сам по себе, а также в сочетании со словесным элементом «Свежие чебуреки», воспринимался средним российским потребителем на дату приоритета оспариваемого товарного знака как прямое указание на вид и способ осуществления оспариваемых услуг 43 класса МКТУ, содержит в своем составе общепризнанный термин в области услуг общественного питания, не обладал различительной способностью;

- оспариваемый товарный знак, включающий в свой состав словесный элемент «ЛЕПИМ И ЖАРИМ Свежие чебуреки», не может принадлежать какому-либо одному лицу на исключительных основаниях и, следовательно, выполнять индивидуализирующую функцию услуг одного лица;

- оспариваемые услуги 35 класса МКТУ относятся к деятельности торговых предприятий, то есть подразумевают услуги посреднических организаций, к которым могут относиться услуги супермаркетов, магазинов, оптово-розничных баз и так далее по реализации товаров в интересах третьих лиц;

- перечисленные услуги 35 класса МКТУ, оказываемые в области продуктов питания, находятся в тесной взаимосвязи с услугой общественного питания;

- таким образом, в отношении услуг 35 класса МКТУ, объектом которых являются пищевые продукты, словесные элементы «ЛЕПИМ И ЖАРИМ Свежие чебуреки» в целом не обладает различительной способностью, так как прямо указывает на вид и назначение услуг;

- для оспариваемых услуг 35 класса МКТУ, не относящихся к реализации продуктов питания, не подразумевающих лепку, варку или иное приготовление продуктов питания как своей составляющей, словесный элемент «ЛЕПИМ И ЖАРИМ Свежие чебуреки» в целом способен ввести потребителя в заблуждение относительно вида услуг;

- словесные элементы «ЛЕПИМ И ВАРИМ» в отношении широкого перечня услуг 43 класса МКТУ были признаны не обладающими различительной



способностью, о чем свидетельствует регистрация товарного знака «» по свидетельству №775526;

- Роспатентом на имя различных правообладателей зарегистрированы следующие товарные знаки, в которых словесные элементы исключены из правовой охраны, поскольку указывают на вид оказываемых услуг и/или способ их оказания:



свидетельствам №№495661, 199059, 665005, 709722, 732067, 742147, 789041, 662372, 747064, 791141, 741441, 599165, 773764, 805188, 745326, 798159;

- правообладателем не доказано, что оспариваемый товарный знак приобрел различительную способность в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ и ассоциируется у потребителей с правообладателем товарного знака.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №704806 недействительным в отношении услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; распространение образцов; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа товаров; продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]», услуг 43 класса МКТУ «закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом».

В подтверждение изложенных доводов к возражению приложены следующие материалы (копии):

- выписка из ЕГРЮЛ (1);
- сведения о деятельности лица, подавшего возражение (2);
- претензия от 08.06.2021 от правообладателя оспариваемого товарного знака (3);
- Определение Арбитражного суда Нижегородской области по делу №А43-26747-2021 (4);
- статья из Энциклопедического словаря, 2009, Академик (dic.academic.ru) (5);
- статья из Словаря многих выражений, 2014, Академик (dic.academic.ru) (6);
- статья из Толкового словаря русского языка Д.В.Дмитриева, 2003, Академик (dic.academic.ru) (7);
- статья из Малого академического словаря (М.1957-1984: Институт русского языка Академия наук СССР. Евгеньева А.П.) - Академик (dic.academic.ru) (8);
- статья из Большого толкового словаря русских глаголов (М. АСТ-Пресс Книга, 2009) - Академик (dic.academic.ru) (9);
- статьи из Толкового словаря Ефремова (Т.Ф. Ефремова. 2000) - Академик (dic.academic.ru) (10);

- ГОСТ 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения» от 27.06.2013 (11);

- статья из Толкового словаря русского языка Ожегова (С.И.Ожегова, Н.Ю.Шведова, 1949-1992) Академик (dic.academic.ru) (12);

- статьи из Толкового словаря Ефремовой (Т.Ф. Ефремова), 2000, Из Толкового словаря русского языка Ожегова (dic.academic.ru) (13);

- сведения о товарных знаках по свидетельствам №№495661, 199059, 665005, 709722, 732067, 742147, 789041, 662372, 747064, 791141, 741441, 599165, 773764, 805188, 745326, 798159 (14);

- сведения о товарном знаке по свидетельству №775526 (15).

Правообладатель товарного знака по свидетельству №704806, в установленном порядке ознакомленный с материалами возражения, представил отзыв по мотивам возражения и дополнения к нему, доводы которого сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, не доказало свою заинтересованность в подаче настоящего возражения;

- словесные элементы «ЛЕПИМ и ЖАРИМ», соединены союзом «и», не используются в отдельности и являются единым цельным словосочетанием, в связи с чем обозначение воспринимается потребителем как единое целое, смысл которого не может сводиться исключительно к дефиниции слова «ЖАРКА»;

- указанный вывод подтверждается приведенными в возражении примерами из судебной практики и практики Палаты по патентным спорам;

- представленный с возражением Межгосударственный стандарт ГОСТ 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения» (далее – «ГОСТ 31985-2013») не может подтверждать, что слово «ЖАРИМ» является общепринятым термином;

- сфера услуг общественного питания не относится к области науки и техники и не может содержать свойственных только для нее и существующих только в рамках нее общепринятых терминов;

- оспариваемый товарный знак не является описательным по отношению к

оспариваемым услугам 35, 43 классов МКТУ;

- при восприятии рассматриваемого товарного знака внимание потребителя фокусируется именно на словосочетании «ЛЕПИМ и ЖАРИМ», поскольку данный элемент занимает доминирующее положение ввиду выделения его размером и характером шрифта, а неохраняемые элементы «Свежие», «Чебуреки», которые имеют другой шрифт и значительно меньше по размеру, не должны учитываться при анализе различительной способности элемента «ЛЕПИМ и ЖАРИМ»;

- слова «ЛЕПИМ и ЖАРИМ» в силу их множества значений могут относиться как к сфере приготовления еды, так и к промышленной сфере, в результате чего потребителю нужны дополнительные рассуждения и домысливания для определения относительно его значения, в связи с чем обозначения не могут однозначно восприняты потребителем как описывающие конкретные услуги;

- действия по лепке/варке еды потенциально можно было бы отнести лишь к способам производства конкретных товаров, вследствие чего они могли бы являться описательными лишь для товарных классов МКТУ, но не для услуг 35, 43 классов МКТУ;

- обозначение «ЛЕПИМ и ЖАРИМ» ни прямо, ни косвенно не указывает, ни на услуги по продвижению/презентации/демонстрации товаров третьих лиц, ни на услуги кафе, ресторанов и связанных с ними, поэтому будет восприниматься потребителями как имеющее фантазийный характер;

- лицо, подавшее возражение, не имеет законного интереса в прекращении правовой охраны товарного знака, не намерено использовать обозначение в своей деятельности для продвижения товаров других производителей или для услуг кафе, ресторанов и связанных с ними услуг и, следовательно, не является заинтересованным;

- анализ практики регистрации товарных знаков Роспатентом как до, так и после даты приоритета оспариваемого товарного знака, также свидетельствует о наличии различительной способности у аналогичных обозначений и включения их в товарные знаки в качестве охраняемых элементов: «**ВАРИТ-ПАРИТ**»,



« »», « »», « »», « »»,
« »», « »» по свидетельствам №№467769, 623661, 735435, 750073, 821317, 803577, 821248;

- слова «ЛЕПИМ и ЖАРИМ», включенные в состав оспариваемого обозначения, имеют разные смысловые значения и не указывают на определенный вид деятельности, отсутствие конкретизации перечня услуг конкретными товарами, которые являются их объектом, не может влиять на оценку обозначения на предмет введения в заблуждение;

- правообладателем оспариваемого товарного знака были представлены документы об использовании обозначения «ЛЕПИМ и ЖАРИМ» при оказании услуг кафе и ресторанов, в связи с чем можно сделать вывод, что задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака оно приобрело различительную способность в результате длительного и интенсивного использования, стало известно, получило популярность и признание среди потребителей.

На основании изложенного правообладателем изложена просьба оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 704806.

К отзыву приложены следующие материалы:

- сведения, представленные на сайте <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (16);
- отзыв на исковое заявление лица, подавшего возражение, по делу № А43-26747/2021 (17);
- выписка из ЕГРЮЛ в отношении правообладателя (18);
- выписка из Толкового словаря Ушакова (19);
- договор аренды площади для кафе «ЛЕПИМ и ЖАРИМ» (20);
- расходы блюд и отчеты «ЛЕПИМ и ЖАРИМ» (21);

- отзывы на сайтах Tripadvisor, TimeOut (22).

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

С учетом даты (06.06.2018) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя 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 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, в частности, являющихся общепринятыми символами и терминами; 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.

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

В соответствии с пунктом 34 Правил в ходе экспертизы заявленного обозначения устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектами, не обладающим различительной способностью или состоящих только из элементов, указанных в пункте 1 статьи 1483 Кодекса.

К обозначения, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, общепринятые наименования; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы, в частности, общепринятыми терминами, являющимися лексическими

единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Согласно положению пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарного знака обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо 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 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).

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Согласно представленным сведениям из ЕГРЮЛ (1) основными видами деятельности лица, подавшего возражение, являются, в частности, оптовая и розничная торговля пищевыми продуктами, производство хлеба и мучных изделий, сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения, а также деятельность ресторанов и услуг по доставке продуктов питания.

Лицо, подавшее возражение, осуществляет маркировку товаров (пельменей) собственного производства обозначением «Лепим и варим» (2).

Правообладатель оспариваемой регистрации предъявил претензию (3) лицу, подавшему возражение, прекратить использование обозначения «ЛЕПИМ. ВАРИМ» при маркировке продуктов питания собственного производства ввиду нарушения исключительных прав правообладателя на серию товарных знаков, включающих словесные элементы «ЛЕПИМ И ВАРИМ», «ЛЕПИМ И ЖАРИМ».

Кроме того, между правообладателем оспариваемого товарного знака и лицом, подавшим возражение, существует судебный спор (4) о запрете использовать обозначение, содержащее словесные элементы «Лепим и Варим», «Лепим и жарим» сходные до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам №№586449, 644097, 644098, 644099, 764000, 764001, 761660 в отношении услуг, в том числе общественного питания, закусочных, кафе, кафетериев, ресторанов, столовых, услуг по приготовлению блюд и доставке их на дом, по обеспечению пищевыми продуктами и напитками, при производстве пельменей и реализации полуфабрикатов, осуществлении упаковки, хранения товаров, расфасовка товаров, упаковки товаров, замораживание пищевых продуктов, при маркетинге, обновлению рекламных материалов, презентации товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи, публикации рекламных текстов, распространении рекламных материалов, рекламе в компьютерной сети.

Таким образом, на основании перечисленных выше документов коллегия пришла к выводу о том, что ООО «СПАР Миддл Волга» следует признать

заинтересованным в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 704806.

Оспариваемый товарный знак представляет собой комбинированное



обозначение «», состоящее из плашки в виде круга с выделенной рамкой, внутри которой содержатся словесные элементы «ЛЕПИМ И ЖАРИМ», выполненные жирным стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Соединительный союз «и» заключен в пунктирную линию. Сверху и снизу от словесных элементов «ЛЕПИМ И ЖАРИМ» расположены словесные элементы «Свежие Чебуреки», выполненные буквами русского алфавита оригинальным шрифтом, заключенные в прямые линии. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении услуг 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Следует указать, что в оспариваемом товарном знаке словесные элементы «ЛЕПИМ И ЖАРИМ» занимают доминирующее положение, обращают на себя в первую очередь внимание потребителей, поскольку выделены жирным шрифтом, имеют более крупный размер по сравнению со словесным элементом «Свежие Чебуреки», в связи с чем выполняют индивидуализирующую функцию товарного знака. В свою очередь словесные элементы «Свежие Чебуреки» являются неохранными, ввиду чего не могут являться сильными элементами обозначения, а изобразительные элементы являются не оригинальными и не оказывают решающего значения в восприятии обозначения в целом.

В отношении мотивов возражения о том, что входящий в состав оспариваемого товарного знака словесный элемент «ЛЕПИМ И ЖАРИМ», является термином в области услуг общественного питания, коллегия указывает следующее.

Словесный элемент «ЛЕПИМ И ЖАРИМ» оспариваемого товарного знака отсутствует в каких-либо терминологических словарях, которые позволили бы утверждать о том, что данное обозначение является термином в области

деятельности, относящейся к услугам 35, 43 классов МКТУ. Лицом, подавшим возражение, не представлено сведений из словарей, энциклопедий, справочников, анализ которых подтвердил бы вывод о том, что обозначение «ЛЕПИМ И ЖАРИМ» является термином в конкретной области.

В представленном лицом, подавшим возражение, ГОСТе 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения» (11) не содержится указание на то, что слово «жарка» является термином в области услуг общественного питания. Слово «жарка» фигурирует только лишь как способ кулинарной обработки сырья и пищевых продуктов, в этой связи оснований для того, чтобы признать данный элемент термином, нет. Вместе с тем, элемент «жарим» неразрывно связан с элементом «лепим», который вообще отсутствует в документе (11), поэтому обозначение «Лепим и жарим» в целом, как отмечалось ранее, не является термином в области деятельности общественного питания.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о том, что оспариваемый товарный знак соответствует требованиям пункта 1 (2) статьи 1483 Кодекса, а довод лица, подавшего возражение, в этой части является документально не доказанным.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 1 (3) и пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Лицо, подавшее возражение, указывает на то, что оспариваемый товарный знак содержит в своем составе словесные элементы «ЛЕПИМ И ЖАРИМ», которые указывают на вид товаров, способ производства (лепки) и приготовления (жарки) пищевых продуктов.

Вместе с тем, коллегия отмечает, что словесные элементы «ЛЕПИМ И ЖАРИМ» имеют следующие значения:

- «Лепим» от слова «лепить» - 1. кого (что). Делать изображение, сооружать из пластического, мягкого материала. Лепить из глины. Лепить соты; 2. что. То же, что приклеивать (разг.). Лепить марки на конверты; 3. (1-ое лицо и 2-е лицо не употр.). С силой бить, залепляя, забрасывая (разг.). Снег лепит в окна.; совер. вылепить, -плю, -пишь; -пленный (к 1 знач.), налепить, -леплю, -лепишь; -лепленный (ко 2 знач.), слепить, слеплю, слепишь; слепленный (к 1 знач.) и залепить, -лепит; -

лепленный (к 3 знач.); сущ. лепка, -и, жен. (к 1 знач.); прил. лепной, -ая, -ое (к 1 знач.). Лепные работы (Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992.);

- “Жарим” от слова “жарить” - 1. кого (что). Приготовлять (пищу), держать на сильном жару без воды, в масле, жире. Ж. котлеты.; 2. что. Подвергать действию сильного жара, прокаливать (зёрна, семена). Ж. семечки. Ж. кофе.; 3. (1-ое лицо и 2-е лицо не употр.). О солнце: обжигать лучами, палить (разг.). Ну и жарит (безл.) сегодня!; 4. Употр. вместо любого глагола для обозначения быстрого, энергичного действия (прост.). Ж. на гармошке. Жарь во всю по улице (беги).; совер. зажарить, -рю, -ришь (к 1 знач.) и изжарить, -рю, -ришь (к 1 знач.), сущ. жаренье, -я, ср. (к 1 и 2 знач.) и жарка, -и, жен. (к 1 и 2 знач.), прил. жарочный, -ая, -ое (к 1 и 2 знач.). Ж. шкаф (духовка) (Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992).

Таким образом, многозначность обеих анализируемых лексических единиц русского языка приводит к тому, что для установления семантики данных элементов, соединенных между собой союзом “и”, среднему российскому потребителю необходимы будут дополнительные рассуждения и домысливания.

Вместе с тем, словесные элементы «ЛЕПИМ И ЖАРИМ» в контексте со словесными элементами “свежие чебуреки” могут наводить на мысль о том, что они относятся к способу производства и приготовлению товара “чебуреки”. Однако, указанные элементы не могут являться описательными для испрашиваемых в возражении услуг 35 и 43 классов МКТУ, поскольку услуги 35 класса МКТУ относятся непосредственно к услугам посреднических организаций, направленные на рекламирование и продвижение товаров для третьих лиц, а услуги 43 класса МКТУ нацелены на создание условий для потребления продукции, организации общественного питания.

Таким образом, словесные элементы «ЛЕПИМ И ЖАРИМ» оспариваемого товарного знака напрямую не указывают на услуги 35, 43 классов МКТУ, не являются прямой характеристикой обозначенных услуг, не являются

описательными, а будут восприниматься потребителями как носящие фантазийный характер.

В силу установленного факта фантазийности оспариваемого товарного знака для услуг 35, 43 классов МКТУ, оно не является ложным и не несет в себе информации способной ввести потребителя в заблуждение относительно вида, способа производства и приготовления пищевых продуктов.

Вышесказанное свидетельствует о том, что оспариваемый товарный знак обладает различительной способностью и воспринимается как средство индивидуализации правообладателя.

Вместе с тем, коллегией были приняты во внимание представленные правообладателем документы (20-22), которые показывают приобретение различительной способности оспариваемого товарного знака в качестве средства индивидуализации услуг 42 класса МКТУ (кафе, рестораны), благодаря его интенсивному использованию до даты приоритета товарного знака.

Правообладатель с 2015 года успешно осуществляет деятельность кафе и ресторанов под обозначением «ЛЕПИМ и ВАРИМ», «ЛЕПИМ и ЖАРИМ». «ЛЕПИМ И ВАРИМ» представляет собой большую сеть кафе, состоящую из 33 действующих заведений по всей территории России и за рубежом: 13 пельменных в Москве, 4 в Алматы, по 3 в Санкт-Петербурге и Казани, по 2 в Краснодаре, Калининграде, Якутске и Нур-Султане, пока по 1 в Туле и Екатеринбурге, что свидетельствует о широкой известности кафе «ЛЕПИМ и ВАРИМ» среди потребителей.

В 2018 году в качестве отдельного проекта было открыто кафе «ЛЕПИМ и ЖАРИМ» в г. Москве (Столешников переулок, д. 9, стр. 1), которое за счет известности пельменной «ЛЕПИМ и ВАРИМ» сразу приобрело популярность и интерес со стороны потребителей.



Обозначения «  » и «  » сходны по своему оформлению и различаются лишь одним словом, а сами кафе имеют похожий

дизайн, в результате чего потребители также ассоциируют обозначение «ЛЕПИМ и ЖАРИМ» с сетью кафе правообладателя «ЛЕПИМ и ВАРИМ».

Согласно внутренним отчетам и бухгалтерской документации с 2018 (с момента открытия кафе «ЛЕПИМ и ЖАРИМ») по 1 квартал 2019 года общий объем стоимости оказанных потребителям услуг в сфере кафе составляет более 8,7 млн. руб., что свидетельствует о наличии высокого спроса потребителей на услуги кафе «ЛЕПИМ и ЖАРИМ».

После открытия кафе «ЛЕПИМ и ЖАРИМ» информация о нем также активно распространялась на известных Интернет-платформах с рекомендациями посетить данное заведение, в том числе на Tripadvisor, TimeOut.

Следует отметить, что Интернет представляет собой глобальную информационную компьютерную сеть, которая является основным средством распространения информации наряду с другими средствами массовой информации. Наличие информации в сети Интернет придает дополнительную известность товарного знака для целей индивидуализации оказываемых им услуг кафе.

Данное обстоятельство подтверждают многочисленные отзывы потребителей о сети кафе «ЛЕПИМ и ЖАРИМ», а также положительные оценки данного кафе на различных Интернет-ресурсах.

Таким образом, факты многолетнего интенсивного использования товарных знаков, содержащих словесные элементы «ЛЕПИМ И ВАРИМ», «ЛЕПИМ И ЖАРИМ», включая, оспариваемый товарный знак, и приобретенная ими различительная способность свидетельствует о правомерности регистрации и, как следствие, соответствии требованиям пункта 1 (3) и пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Приведенные лицами спора примеры различных регистраций товарных знаков, не могут быть приняты во внимание коллегией и учтены при рассмотрении данного возражения, поскольку делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно с учетом всех обстоятельств дела и документов.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №704806 противоречит требованиям

пункта 1 (2), (3) и пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, следует признать неубедительным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.09.2021, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №704806.