

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 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), рассмотрела возражение, поступившее 12.09.2022, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Ниндзя Фуд» (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021715009, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке № 2021715009 с приоритетом от 18.03.2021 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 29, 30, 35, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 30.06.2022 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021715009 в отношении заявленных товаров 29, 30 классов МКТУ с указанием словесного элемента

«FOOD» в качестве неохраняемого элемента как несоответствующему требованиям пунктов 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому словесный элемент «FOOD» имеет конкретное семантическое значение, содержащееся в общедоступных словарях, справочниках, сети Интернет (в пер. с англ. яз. – пища, еда, см. Большой англо-русский и русско-английский словарь. 2001., https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus/572662), в связи с чем указывает на вид (свойства) товаров 29, 30 классов МКТУ, назначение услуг 35, 43 классов МКТУ и, как следствие, в отношении указанных товаров и услуг не обладает различительной способностью и является неохраняемым элементом обозначения на основании положений, предусмотренных пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

Экспертиза сообщает, что словесные элементы «NINJ» и «FOOD», в силу своего композиционного построения, воспринимаются отдельно друг от друга и не образуют единого словосочетания, дающего качественно новый уровень восприятия обозначения.

Поскольку в состав заявленного обозначения включен словесный элемент «FOOD», указывающий на вид товаров и назначение услуг, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в отношении услуг 35 класса МКТУ *«онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей»* на основании положений, предусмотренных пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, как вводящее потребителя в заблуждение относительно назначения услуг.

Кроме того, в результате экспертизы заявленного обозначения установлено, что оно сходно до степени смешения:



- с комбинированными товарными знаками «



» по свидетельствам №843182 (приоритет 09.12.2020), №475765 (приоритет 01.11.2011, срок действия регистрации продлен до 01.11.2031) зарегистрированными на имя Индивидуального предпринимателя Малышева Максима Владимировича, г. Красноярск в отношении однородных услуг 35, 43 классов МКТУ;



- с комбинированным товарным знаком «



» по международной регистрации №1492793 (конвенционный приоритет 29.03.2019) зарегистрированным на имя Hrynko Dmytro Victorovych, Украина, в отношении однородных услуг 43 класса МКТУ.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 12.09.2022 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- словесная часть заявленного обозначения «NINJFOOD» представляет собой единый фантазийный словесный элемент, который не имеет семантического значения;

- сравниваемые обозначения имеют фонетические различия, имеют различное произношение, различное ударение, различный состав букв и звуков. Произношение обозначений требует различной артикуляции (работы отдельных произносительных органов при образовании звуков речи);

- обозначения производят разное общее зрительное впечатление. Отличаются виды использованных шрифтов, различается графическое написание обозначений с учетом характера и регистра букв (строчные, прописные);

- заявителем по данной заявке выступает Общество с ограниченной ответственностью «Ниндзя Фуд», а регистрация данного обозначения будет являться вариантом уже зарегистрированного на имя заявителя обозначения №840699 (заявка №2021715008) для идентичного перечня товаров и услуг в полном объеме. Таким образом, отказ в регистрации заявленного обозначения нарушает принцип правовой определенности;

- заявитель по заявке № 2021715009 является собственником сети ресторанов «NINJAFOOD» с доставкой еды, работающих на территории г.Курска, г.Воронежа и г.Белгорода. Имеется официальный сайт для демонстрации блюд и принятия заказов <https://ninjafood.su/>, а также группа в социальной сети ВКонтакте <https://vk.com/ninjapizzasu>.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении заявленных к регистрации услуг.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (18.03.2021) поступления заявки №2021715009 на регистрацию товарного знака 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 июля 2015 г. N 482 (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, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Указанные в пункте 34 Правил элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения (пункт 35 Правил).

Положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- приобрели различительную способность в результате их использования;
- состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1 - 4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о

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

В соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков 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 или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

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

В соответствии с 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 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 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.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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.

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.

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 /услуг определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров/услуг 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 по заявке № 2021715009



заявлено комбинированное обозначение «», которое включает в себя стилизованное изображение двух мечей и слова «NINJA» и «FOOD» выполненные оригинальным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, буква «А» графически выполнена в виде стилизованного изображения двух мечей.

Согласно поданному возражению правовая охрана обозначению испрашивается в отношении услуг 35 и 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Коллегия отмечает, что оригинальное исполнение словесных элементов заявленного обозначения позволяет воспринимать обозначение как два отдельных слова «NINJA» и «FOOD», при этом данные слова (где: «ninja» является существительным, в переводе с английского языка на русский язык имеет значение – «ниндзя» (в средневековой Японии: наёмный лазутчик или убийца, владевший особым видом боевых искусств - ниндзюцу); «food» является существительным, в переводе с английского на

русский язык имеет значение «еда». См. Интернет словарь: <https://translate.academic.ru> (Англо-русский современный словарь) представляют собой два существительных слова, которые не образуют грамматически связанную конструкцию.

Заявителем не оспариваются выводы, сделанные в решении Роспатента о несоответствии элемента «FOOD» требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса.

Заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации в качестве товарного знака в отношении испрашиваемых услуг, ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Противопоставленный комбинированный товарный знак



«» по свидетельству №843182 (1) включает черный прямоугольник, словесные элементы «NINJA» и «PIZZA», выполненные оригинальным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Слово «PIZZA» выведено из правовой охраны. Товарный знак зарегистрирован в отношении услуг 35 и 43 классов МКТУ.

Противопоставленный комбинированный товарный знак



«» по свидетельству №475765 (2) включает словесные элементы «NINJA» и «PIZZA», выполненные оригинальным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Слово «PIZZA» выведено из правовой охраны. Товарный знак зарегистрирован в отношении услуг 35 и 43 классов МКТУ.

Противопоставленный комбинированный товарный знак



«» по свидетельству №600654 (3) включает стилизованное изображение пиццы и словесные элементы «NINJA» и «PIZZA»,

выполненные оригинальным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Слово «PIZZA» выведено из правовой охраны. Товарный знак зарегистрирован, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ.



Противопоставленный знак «» по международной регистрации №1492793 (4) включает стилизованное изображение суши и словесные элементы «NINJA» и «SUSHI», выполненные оригинальным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. На территории Российской Федерации знак зарегистрирован в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Сопоставляемые обозначения являются комбинированными. В комбинированных обозначениях наиболее сильным элементом, на который падает логическое ударение, является словесный элемент. В заявленном обозначении и противопоставленных товарных знаках (1-3) таким элементом является охраноспособный элемент «NINJA». В противопоставленном знаке (4) со словесного элемента «NINJA» начинается восприятие обозначения в целом, и именно он больше запоминается потребителем.

Сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных ему знаков (1-4) показал наличие фонетического и семантического (семантическое значение указано выше по тексту) тождества основных индивидуализирующих элементов «NINJA» [НИНДЖА].

Графически сравниваемые обозначения следует признать сходными ввиду использования одного алфавита (английского). При этом, следует учесть сходство графического стиля шрифта, использованного в написании букв «NINJ» заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков (1, 2). Установленное сходство усиливает вышеустановленное фонетическое и семантическое тождество и приводит к увеличению вероятности ассоциирования знаков друг с другом.

На основании вышеизложенного коллегия приходит к выводу о высокой степени сходства сравниваемых обозначений ввиду наличия фонетического, семантического тождества и графического сходства их индивидуализирующих элементов.

В результате анализа однородности услуг 35 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленного знака установлено, что часть испрашиваемых услуг *«агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа*

розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров», которые относятся к услугам по продвижению и реализации товаров, являются однородными всем противопоставленным услугам 35 класса МКТУ, в отношении которых действуют знаки (1 и 2), части услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; изучение

общественного мнения; изучение рынка; информация и советы коммерческим потребителям [информация потребительская товарная]; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; маркетинг; прокат торговых автоматов; услуги в области общественных отношений; услуги по сравнению цен», в отношении которых действует товарный знак (3). Сравниваемые услуги соотносятся как род-вид услуг (услуги продвижения и распространения товаров), имеют одну и ту же цель (комплекс услуг направленный на доведение продукта до конечного потребителя) и круг потребителей, маркированные сходными обозначениями могут быть отнесены потребителями к одному источнику происхождения.

Остальные испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации;; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; организация подписки на газеты для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении

коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; регистрация данных и письменных сообщений; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление программами часто путешествующих; услуги административные по переезду предприятий; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая» являются однородными остальным противопоставленным услугам 35 класса МКТУ товарного знака (3),

поскольку представляют собой либо тождественные позиции, либо соотносятся как род-вид услуг, имеют одно и то же назначение, круг потребителей и условия реализации.

Испрашиваемые услуги 43 класса МКТУ *«закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; столовые на производстве и в учебных заведениях; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги личного повара; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашиоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; приготовление еды и напитков «на вынос»»* относятся к услугам по предоставлению питания, являются однородными противопоставленным услугам 43 класса МКТУ *«закусочные; кафе; рестораны; рестораны самообслуживания; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом»*, в отношении которых действуют знаки (1 и 2), *«food and drink catering; information and advice in relation to the preparation of meals; Japanese restaurant services»* (перевод: *«кейтеринг с питанием и напитками; информация и советы по приготовлению пищи; услуги японского ресторана»*), в отношении которых на территории Российской Федерации действует знак по международной регистрации (4). Сравниваемые услуги соотносятся как род-вид услуг, имеют один и тот же круг потребителей и условия реализации, могут быть сопутствующими. Маркированные сходными обозначениями услуги могут быть смешаны в гражданском обороте.

Вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленных знаков определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства сравниваемых обозначений и однородность услуг, для маркировки которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

В отношении довода заявителя об исключительном праве на более раннюю регистрацию по свидетельству №840699, действующую в отношении испрашиваемых услуг 35 и 43 классов МКТУ, коллегия отмечает, что наличие указанного товарного знака не приводит к выводу об отсутствии сходства между заявленным обозначением и противопоставленными знаками (1-4). Заявленное обозначение и товарный знак заявителя по свидетельству №840699 отличаются словесными элементами, а также графическим исполнением шрифта, особенности которого привели к графическому сходству с противопоставленными знаками (1 и 2).

Указанная заявителем регистрация не предопределяет вывод о правомерности предоставления правовой охраны заявленному обозначению по заявке №2021715009. Правомерность данных выводов подтверждается судебной практикой, в частности в решении Суда по интеллектуальным правам дело № СИП-1173/2011 указано «Суд по интеллектуальным правам также полагает, что применение принципа правовой определенности не предполагает отхода от общеправовых принципов законности и разумности, в связи с чем безусловное следование ранее выраженной правовой позиции даже в случае, если она не соответствует требованиям закона и иных нормативных правовых актов, вступает в противоречие с этими принципами».

Таким образом, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Заявителем 10.11.2022 было представлено особое мнение. В связи с тем, что доводы заявителя, содержащиеся в особом мнении, по сути,

повторяют доводы возражения, которые были проанализированы выше, дополнительного анализа особое мнение не требует.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 12.09.2022, оставить в силе решение Роспатента от 30.06.2022.