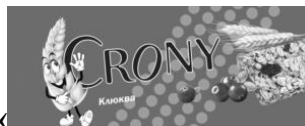
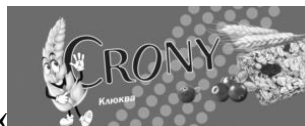


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее - Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №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 06.02.2025, поданное компанией «Schwartauer Werke GmbH & Co.», Германия (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №947159, при этом установлено следующее.



Регистрация товарного знака «» по свидетельству №947159 с приоритетом от 08.09.2022 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 06.06.2023 по заявке №2022763523. Правообладателем товарного знака по свидетельству №947159 является ООО «ЛЕОВИТ нутрио», Москва (далее - правообладатель). Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 30 класса МКТУ.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 06.02.2025, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №947159 произведена с нарушением требований, установленных положениями пунктов 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем исключительных

прав на товарные знаки «», «Corny - живи без пауз!», «Corny - живи без пауз!», «Corny. Мультизлаково вкусно!», «**#cornytastedrive**» по свидетельствам №№637022, 598550, 610832, 661926, 736826, зарегистрированным в отношении товаров 29, 30 МКТУ, а также на знаки «», «CORN Y ZERO» по международным регистрациям №№1636494, 1621198, правовая охрана которым предоставлена на территории Российской Федерации, в том числе, в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ;

- основным индивидуализирующим элементом противопоставленных обозначений является словесный элемент «Corny», который выполнен в их начальных частях и запоминается потребителям;

- оспариваемый товарный знак содержит в себе словесный элемент «Crony», который прочитывается как [КРОНИ], противопоставленная серия обозначений содержат в себе основной индивидуализирующий элемент «Corny», который произносится как [КОРНИ], при этом сравниваемые словесные элементы отличаются лишь одним находящимся в их середине звуко сочетанием «or»/«ro», которые образованы двумя одинаковыми звуками, переставленными местами, из-за чего данные элементы очень легко перепутать. Соответственно, сравниваемые обозначения являются сходными до степени смешения по фонетическому критерию;

- сравниваемые обозначения содержат словесные элементы, выполненные буквами латинского алфавита, что сближает их по визуальному критерию сходства;

- несмотря на то, что словесные элементы «Crony» и «Corny» противопоставленных друг другу обозначений являются значимыми словами английского языка, данные слова редко употребляются в повседневной речи. Следовательно, для среднего российского потребителя указанные словесные элементы будут являться фантазийными. Таким образом, семантический критерий сходства в данном случае имеет второстепенное значение;

- учитывая вышеизложенное, лицо, подавшее возражение, полагает, что сравниваемые товарные знаки являются сходными до степени смешения по фонетическому и визуальному критериям сходства;

- товары 30 класса МКТУ оспариваемого товарного знака являются однородными товарам 29, 30 классов МКТУ противопоставленных обозначений, поскольку сравниваемые товары относятся к злаковым батончикам, имеют единое назначение, сферу применения и круг потребителей;

- компания «Schwartauer Werke GmbH & Co.» - это известный производитель джемов, спредов, десертных продуктов, сиропов, мюсли, протеиновых батончиков и других продуктов питания для здорового образа жизни. Компания основана в 1899 году (125 лет на рынке).

- подробнее о деятельности лица, подавшего возражения, можно ознакомиться на его сайтах - <https://www.schwartauer-werke.de> и <https://hero-group.ch/en/schwartauer-werke>;

- один из наиболее известных и продаваемых продуктов компании «Schwartauer Werke GmbH & Co.» - это злаковые батончики под брендом «CORNÜ», впервые появившиеся в 1984 году в Германии. Когда данные батончики поступили в продажу, ни в Германии, ни в другой европейской стране подобных продуктов еще не было. Продукты бренда «CORNÜ» быстро завоевали сердца потребителей, они имеют широкую известность как на своей родине в Германии, так и во многих других странах;

- лицо, подавшее возражение, вложило значительные средства в разработку и вывод продукции под маркой «CORNÜ» на российский рынок и активно работала над её продвижением на территории Российской Федерации;

- согласно информации, размещенной на сайте <https://corny.ru/>, «CORNÜ» является лидером по объемам продаж в категории «Злаковые батончики» в 2020 году в Российской Федерации (по данным института маркетинговых исследований «ГфК Русь»);

- продукция бренда «CORNY» представлена во многих значимых ритейл-сетях и маркетплейсах России, например, «Ozon», «Wildberries», «Yandex.Market», «Перекресток», «Лента», «Окей», «Детский Мир» и других;

- ООО «ХИРОУ РУС» признана лучшим партнером сети «X5 Retail Group» в номинации «Развитие категории здорового питания» за две эксклюзивные новинки в семье злаковых батончиков «Corny»: «Corny Free» и «Corny Protein» (приложение №4);

- указанные обстоятельства об известности бренда «CORNY» существенно усиливают вероятность смешения товаров 29, 30 классов МКТУ сравниваемых обозначений в гражданском обороте;

- ввиду сходства до степени смешения оспариваемого товарного знака с серией товарных знаков лица, подавшего возражения, оспариваемая регистрация формирует в сознании потенциальных покупателей ассоциации с оригинальным брендом «CORNY» и побуждает потенциальных покупателей к приобретению товаров под оспариваемым товарным знаком, так как российский потребитель, хорошо знакомый с данной продукцией, будет автоматически ассоциировать с ней товары под оспариваемым товарным знаком и будет введен в заблуждение относительно производителя товаров;

- фактическое использование ООО «ЛЕОВИТ нутрио» оспариваемого обозначения на упаковках своей продукции значительно отличается от зарегистрированного, а элементы дизайна самих упаковок воспроизведены и переработаны через копирование и имитацию узнаваемых элементов дизайна продукции лица, подавшего возражения (фотографии упаковок приведены в таблице на странице 17 возражения);

- в качестве примеров, свидетельствующих о фактическом смешении обозначений «CORNY» и «CRONY» потребителями, лицо, подавшее возражение, приводит результаты поиска в системе Яндекс (страницы 19-20 возражения), а также комментарии потребителей с сайта отзывов «Irecommend.ru» (страницы 21-22 возражения) и маркетплейса «OZON» (страницы 23-25 возражения);

- лицо, подавшее возражение, прилагает к материалам дела Отчет с результатами исследования, проведенного ВЦИОМ (приложение №5), выводы которого свидетельствуют о том, что оспариваемый товарный знак и знак по международной регистрации №1636494 являются сходными до степени смешения (по звучанию, по внешнему виду, по заложенному в них смыслу);

- действия правообладателя, являющегося прямым конкурентом лица, подавшего возражение, позволяют предположить, что это юридическое лицо, возможно, планировало воспользоваться конкурентными преимуществами раскрученного и широко известного бренда компании «Schwartauer Werke GmbH & Co.» с давно сформированной репутацией;

- таким образом, осуществленная ООО «ЛЕОВИТ нутрио» недобросовестная регистрация оспариваемого обозначения в качестве товарного знака противоречит общественным интересам.

На основании вышеизложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать правовую охрану товарного знака по свидетельству №947159 недействительной полностью на основании пунктов 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

К возражению были приложены следующие материалы:

1. Копия публикации оспариваемого товарного знака;
2. Копии публикаций обозначений лица, подавшего возражения;
3. Копия информационного письма ООО «ХИРОУ РУС»;
4. Статья с сайта Retail.ru;
5. Отчет с результатами исследования, проведенного ВЦИОМ.

Правообладателем 02.06.2025 были направлены в материалы дела дополнительные документы, а именно:

6. Заключение №116-2025 от 27.05.2025.

Правообладателем 23.07.2025 был направлен отзыв (дубликат от 25.07.2025) по мотивам поступившего 06.02.2025 возражения, в котором он отмечал следующее:

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №947159 не является сходным до степени смешения ни с противопоставленными товарными знаками

по свидетельствам №№637022, 598550, 610832, 661926, 736826, ни со знаками по международным регистрациям №№1636494, 1621198, поскольку противопоставленные друг другу обозначения различаются по фонетическому, визуальному и семантическому признакам сходства;

- оспариваемый товарный знак прочитывается как [КРОНИ], в то время как противопоставленные обозначения имеют звучание [КОРНИ], при этом, словесные элементы сравниваемых обозначений являются короткими, ввиду чего любые изменения, в том числе, изменение постановки букв, являются значимыми;

- оспариваемый товарный знак и противопоставленные обозначения различаются по визуальному признаку сходства, так как их словесные элементы выполнены разными видами и размерами шрифтов;

- словесный элемент «Crony» оспариваемого товарного знака является лексической единицей английского языка и переводится на русский язык как «закадычный друг» (<https://www.google.com/search?q=crony+переводчик>), в то время как основной индивидуализирующий элемент «Corny» противопоставленных в возражении обозначений означает «хлебный, зерновой» (<https://www.google.com/search?q=corny+переводчик>), ввиду чего можно сделать вывод о том, что сравниваемые обозначения различаются по семантическому критерию сходства (сведения из переводчиков представлены в приложении №7);

- оспариваемый товарный знак является комбинированным, состоящим из словесных элементов «Crony», «клюква», а также из комбинации изобразительных элементов, включающей изображение ягод, батончика, оригинального вымышленного мультяшного антропоморфного персонажа, рядов мелких кружков. Все элементы расположены на плашке, являющейся фоном;

- при этом, словесный элемент «клюква» и некоторые изобразительные элементы, хотя и являются неохранными в оспариваемом обозначении, но вносят свой вклад в формирование общего зрительного впечатления у потребителей;

- выраженную оригинальность всему обозначению в значительной степени придает именно оригинальный вымышленный мультяшный антропоморфный персонаж, обращающий на себя внимание потребителя;

- правообладателем 02.06.2025 было направлено в материалы дела Заключение №116-2025 от 27.05.2025 (приложение №6), выводы которого показали отсутствие сходства до степени смешения между сравниваемыми обозначениями (по внешнему виду, смыслу и звучанию);

- правообладатель указывает, что лицо, подавшее возражение, прекратило свою деятельность по продаже злаковых батончиков с февраля 2022 года (приложение №8);

- ООО «ЛЕОВИТ нутрио» на протяжении длительного периода времени, начиная с лета 2022 года, использовало оспариваемое обозначение для зарегистрированных товаров 30 класса МКТУ, что привело к его известности именно в связи с деятельностью правообладателя (приложение №9);

- соответственно, правообладатель полагает, что оспариваемая регистрация не будет вводить потребителей в заблуждение в отношении производителя товаров 30 класса МКТУ;

- представленный лицом, подавшим возражение, Отчет с результатами исследования, проведенного ВЦИОМ (приложение №5) не содержит в себе ретроперспективных данных, ввиду чего к нему стоит отнестись критически;

- правообладатель прикладывает к отзыву рецензию кандидата социологических наук Оливейра О.С. (приложение №12) на Отчет с результатами исследования, проведенного ВЦИОМ (приложение №5), в которой указаны методологические нарушения данного исследования (например, отсутствие принципа формирования выборки, наличие наводящих вопросов);

- к компетенции Роспатента не относится установление акта недобросовестной конкуренции;

- материалами возражения не было доказано того, что оспариваемое обозначение нарушает положения подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

К отзыву правообладателем были приложены дополнительные материалы, а именно:

7. Сведения с сайтов «Яндекс.переводчик», «Google.Переводчик» из сети Интернет;
8. Страницы сайтов www.hero-group.ch, www.leave-russia.ora/hero-group;
9. Копии договоров и служебных записок, подтверждающих участие продукции ООО «ЛЕОВИТ нутрио» в выставках;
10. Сведения с сайта www.whois-service.ru;
11. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 23.11.2023 по делу №СИП-353/2022;
12. Копия рецензии на Отчет ВЦИОМ.

Лицом, подавшим возражение, на заседании коллегии 29.08.2025 были представлены в материалы дела письменные комментарии в ответ на отзыв правообладателя от 23.07.2025, в которых оно указывало следующее:

- доводы ООО «ЛЕОВИТ нутрио» о том, что дополнительные элементы, присутствующие в оспариваемом товарном знаке, а именно: описательное слово «Клюква», выполненное едва заметным мелким шрифтом, натуралистические изображения ягод и батончика, изображение колоска, стилизованного под человечка, и рядов мелких кружков, обладают выраженной оригинальностью и играют важную роль, - следует признать неубедительными;

- правообладатель утверждает, что словесный элемент «Клюква», натуралистические изображения ягод и батончика, а также мелкие кружки, обладают «высокой степенью оригинальности», что не соответствует действительности, так как подобные элементы повсеместно присутствуют на упаковках подобной продукции (злаковые батончики, энергетические батончики, протеиновые батончики, фруктовые батончики и тому подобных) в различных комбинациях и вариациях и, как правило, выполняют чисто описательную функцию, указывая на определенные характеристики товара;

- на страницах 2-3 комментариев лицо, подавшее возражение, приводит изображения продукции злаковых батончиков с указанными выше описательными элементами;

- присутствие в оспариваемом товарном знаке изображения колоска, стилизованного под человечка, в непосредственной близости со словесным элементом «Сропу», еще больше усиливает его сходство до степени смешения со знаком по международной регистрации №1636494, в котором также присутствует изобразительный элемент в виде стилизованного изображения колоска в непосредственной близости со словесным элементом «Cornu»;

- в рассматриваемой ситуации речь идет о малоупотребительных иностранных словах, выполненных буквами латинского алфавита, значение которых рядовому российскому потребителю изначально не известно и искать их перевод в словарях рядовой российский потребитель если когда-то и будет, то явно не во время покупки. Для рядового российского потребителя сравниваемые словесные элементы - это лишь некие абстрактные иностранные понятия, не имеющие никакого значения;

- таким образом, можно сделать однозначный вывод о том, что при сравнительном анализе рассматриваемых обозначений решающее значение при их восприятии в целом имеют фонетический и визуальный критерии, на основе которых следует установить их сходство до степени смешения в целом;

- перестановка букв выполнена не в начальном или конечном элементах слова, которые легче всего запоминаются, а в середине слова, что далеко не сразу бросается в глаза и усыпляет бдительность потребителя (указанное усиливает фонетический признак сходства сравниваемых обозначений и подтверждается отзывами потребителей, приведенных на страницах 21-25 возражения от 06.02.2025);

- злаковые батончики относятся к товарам кратковременного пользования. В отношении недорогих товаров кратковременного пользования степень внимательности покупателей существенно снижается, а вероятность смешения многократно увеличивается;

- лицо, подавшее возражение, прикладывает к материалам возражения экспертное заключение Фонда Социальных Исследований (приложение №13), в котором был проведен анализ имеющихся в настоящем деле социологических опросов (приложения №№5, 6);

- согласно выводам указанного документа, Заключение №116-2025 от 27.05.2025 (приложение №6) содержит в себе ряд методологических нарушений, что искажает его результаты, напротив, Отчет с результатами исследования, проведенного ВЦИОМ (приложение №5) таких неточностей не содержит, вследствие чего не способен исказить мнение целевой группы потребителей;

- кроме того, лицо, подавшее возражение, прилагает к материалам дела ответ ВЦИОМ (приложение №14) на рецензию кандидата социологических наук Оливейра О.С. (приложение №12) об Отчете с результатами исследования, проведенного ВЦИОМ (приложение №5), согласно которому было установлено, что критические выводы проанализированной рецензии являются несостоятельными, так как большая их часть представляет собой формальные претензии, не содержащие указаний на реальные недостатки исследования или обстоятельства, способные снизить точность данных или обоснованность выводов, в то время как оставшаяся часть критических тезисов основана на ложных предпосылках и неверных трактовках, и потому не соответствует действительности;

- отсутствие или присутствие лица, подавшего возражение, на российском рынке, как на дату приоритета оспариваемого товарного знака, так и на дату подачи возражения, никоим образом не влияет на факт наличия у него исключительных прав на сходные до степени смешения обозначения, на факт активного присутствия бренда «CORNУ» на российском рынке с 2005 года по настоящее время, равно как и на факт смешения сравниваемых регистраций потребителями;

- продукция лица, подавшего возражения, под брендом «CORNУ» с российского рынка никогда не пропадала и по состоянию на 2025 год продолжает

продаваться на различных маркетплейсах и интернет-платформах с широким географическим охватом (приложение №15 - скриншоты с маркетплейсов);

- доказательств известности оспариваемого обозначения в связи с деятельностью правообладателя, а также доказательств реализации соответствующей продукции, с отзывом не предоставлено;

- ООО «ЛЕОВИТ нутрио» прилично сэкономило на продвижении и рекламе своего нового продукта за счет паразитирования на чужой репутации, в формирование которой были вложены большие усилия и сотни миллионов рублей (приложение №3);

- приведенные в возражении примеры того, в каком виде на самом деле присутствует оспариваемый товарный знак на рынке, наглядно демонстрируют крайне высокую степень риска смешения обычными потребителями соответствующих товаров, ведь потребители во время покупок видят готовую продукцию, а не товарные знаки. Сравнение упаковок продукции также было проведено в Отчете с результатами исследования, проведенного ВЦИОМ (приложение №5);

- доводы правообладателя о том, что «к данным социологического исследования ВЦИОМ (приложение №5) следует относиться критически, поскольку оно проведено без учета ситуации по состоянию на дату приоритета оспариваемого товарного знака» следует признать безосновательными, так как дата приоритета оспариваемого товарного знака - 08.09.2022, а дата проведения социологического опроса - 18.03.2024, и доказательств того, что мнение рядового потребителя могло измениться за такой незначительный промежуток времени, ООО «ЛЕОВИТ нутрио» не представило;

- кроме того, в исследовании ВЦИОМ (приложение №5) присутствовали следующие ретроспективные вопросы: «Скажите, до момента опроса Вам была знакома продукция в данных упаковках?» и «Как давно Вам знакома продукция в данных упаковках?», которые позволяют оценить уровень знания продукции под обозначениями «CORNУ» и «CRONУ» рядовым потребителем, в том числе, и до момента проведения опроса.

К письменным комментариям лицом, подавшим возражение, были приложены дополнительные материалы, а именно:

13. Сравнительное экспертное заключение Фонда Социальных Исследований;
14. Ответ ВЦИОМ на рецензию Оливейра О.С. (приложение №12);
15. Скриншоты с маркетплейсов, подтверждающие реализацию продукции лица, подавшего возражения, под брендом «CORNУ» на российском рынке.

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

С учетом даты приоритета (08.09.2022) правовая база для оценки охраноспособности товарного знака по свидетельству №947159 включает в себя 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. № 482 (далее - Правила).

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

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

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.

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 настоящем пункте, 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).

Согласно подпункту 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

В соответствии с пунктом 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.

При установлении способности обозначения ввести потребителя в заблуждение учитываются в том числе сведения о товарных знаках или иных средствах индивидуализации, предоставление правовой охраны которым признано недействительным на том основании, что действия правообладателя, связанные с их регистрацией и использованием, были признаны в установленном законодательством Российской Федерации порядке актом недобросовестной конкуренции или злоупотреблением правом на основании решения федерального антимонопольного органа и его территориальных органов или решения суда.

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.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №947159 представляет собой



комбинированное обозначение «», состоящее из графического элемента в виде четырехугольника, на котором расположен стилизованный изобразительный элемент в виде мультяшного персонажа с телом колоска, из графических элементов в виде ряда кружочков, из изобразительных элементов в виде ягод, злакового батончика и колосьев, а также из словесных элементов «Corny», «Клюква», выполненных заглавными и строчными буквами латинского и русского алфавитов соответственно. Словесный элемент «Клюква» и натуралистические изображения ягод и батончика указаны в качестве неохраняемых. Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 30 класса МКТУ.

Лицо, подавшее возражение, является правообладателем исключительных

прав на товарные знаки «», «Corny - живи без пауз!», «Corny - живи без пауз!», «Corny. Мультизлаково вкусно!», «#cornytastedrive» по свидетельствам №№637022,



598550, 610832, 661926, 736826, а также на знаки «CORN», «CORN ZERO» по международным регистрациям №№1636494, 1621198, которые, по его мнению, являются сходными до степени смешения с оспариваемым товарным знаком по свидетельству №947159, и зарегистрированы в отношении однородных товаров 29, 30 классов МКТУ.

Кроме того, лицо, подавшее возражение, полагает, что оспариваемый товарный знак может вводить потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары 30 класса МКТУ.

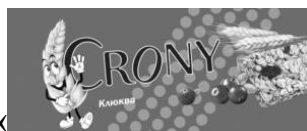
Таким образом, компания «Schwartauer Werke GmbH & Co.» является заинтересованным лицом в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №947159 по основаниям, указанным в пунктах 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

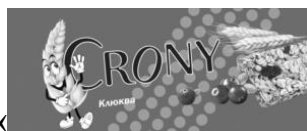
При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.

Товары 30 класса МКТУ «батончики злаковые; батончики злаковые с высоким содержанием белка; снеки-мюсли; снеки на основе пшеницы; мюсли; батончики мюсли; гранола [мюсли]; батончики питательные на основе мюсли» оспариваемого товарного знака являются однородными товарам 29 класса МКТУ «закуска легкие на основе фруктов, закуска легкие на основе фруктов и орехов; закуска легкие орехово-злаковые; закуска легкие на основе фруктов, орехов, злаков; закуска легкие на основе овощей, закуска легкие на основе овощей и орехов; закуска легкие на основе овощей, орехов, злаков; закуска легкие на основе овощей и фруктов, закуска легкие на основе фруктов, овощей и орехов; закуска легкие на основе фруктов, овощей, орехов, злаков; fruit bars, including being predominantly of cereals, being snack goods (фруктовые батончики, являющиеся закусками, в том числе, преимущественно из злаков); fruit bars, including being predominantly of cereals, being meal replacement (фруктовые батончики, являющиеся заменителями пищи, в том числе, преимущественно из

злаков); pack goods in the form of processed nuts and seeds (закуски в виде обработанных орехов и семян); nut bars (ореховые батончики)» противопоставленных обозначений [3, 5, 6] и товарам 30 класса МКТУ «батончики злаковые, батончики мюсли, ломтики злаковые, ломтики мюсли; cereal bars and energy bars (злаковые батончики и энергетические батончики); muesli desserts (сладкие мюсли); muesli (мюсли)» противопоставленных регистраций [1, 2, 4, 5, 6, 7], так как сравниваемые товары относятся к продуктам питания для легкого перекуса, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Однородность товаров правообладателем в отзыве от 23.07.2025 не оспаривалась.



Оспариваемый товарный знак «» включает в себя художественную композицию, состоящую из изобразительных и графических элементов, а также словесный элемент «Crony», который выполнен в его центральной части.

Противопоставленные товарные знаки «», «Corny - живи без пауз!», «Corny - живи без пауз!», «Corny. Мультизлаково вкусно!», «#cornytastedrive» по свидетельствам №№637022 [1], 598550 [2], 610832 [3], 661926 [4], 736826 [5] и знаки «», «CORN ZERO» по международным регистрациям №№1636494 [6], 1621198 [7] принадлежат одному лицу (компании «Schwartauer Werke GmbH & Co.», Германия), представляют собой словесные и комбинированные обозначения соответственно. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ.

Анализ оспариваемой регистрации и противопоставленных обозначений [1-7] показал, что они содержат в себе словесные элементы «Crony»/«Corny», которые являются лексическими единицами английского языка, имеющими свои словарно-справочные значения.

Так, словесный элемент «Crony» оспариваемого товарного знака является лексической единицей английского языка и переводится на русский язык как «закадычный друг, товарищ, приятель» (<https://wooordhunt.ru/word/crony>, <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/англо-русский/crony>), в то время как словесный элемент «Cornu» противопоставленных обозначений [1-7] означает «хлебный, зерновой, банальный, избитый» (<https://wooordhunt.ru/word/cornu>, <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/англо-русский/cornu>), ввиду чего можно сделать вывод о том, что сравниваемые обозначения вызывают у потребителей различные смысловые образы и ассоциации, что обуславливает вывод об их семантических различиях.

По тексту возражения от 06.02.2025 лицо, его подавшее, отмечало, что словесные элементы противопоставленных друг другу обозначений действительно являются значимыми, однако, их значения не известны среднему российскому потребителю.

Коллегия в ответ на данный довод лица, подавшего возражения, отмечает, что любой потребитель может ознакомиться со значениями данных слов посредством поиска в сети Интернет.

Кроме того, указанные комментарии не опровергают выводы коллегии об отсутствии семантического сходства и смысловых различий сравниваемых обозначений.

При этом, коллегия указывает, что смысловой критерий может выступать в качестве самостоятельного признака, на основании которого может быть сделан вывод о несхождении сравниваемых обозначений в целом (Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.02.2024 №С01-2679/2023 по делу №СИП-508/2023).

Коллегия отмечает, что, так как словесные элементы «Crony»/«Cornu» сравниваемых товарных знаков являются значимыми единицами английского языка, соответственно, они прочитываются по правилам английской фонетики как [КРОНИ]/[КООНИ], то есть в словесном элементе «Cornu» противопоставленных обозначений [1-7] буква «г» в устной речи не произносится. Таким образом,

начальные части противопоставленных товарных знаков [КРО]/[КОО] различаются двумя звуками, что свидетельствует о фонетических отличиях сравниваемых обозначений. При этом, противопоставленные друг другу обозначения состоят из пяти звуков, каждый из которых чётко произносится в устной речи, а разница двух звуков из пяти представляется существенной.



Оспариваемый товарный знак «» является комбинированным, включает в себя не только словесный элемент «Сronу», но и графически проработанную композицию, состоящую из различных изобразительных элементов, при этом противопоставленные обозначения [1-5, 7] представляют собой словесные обозначения, что отличает сравниваемые регистрации по графическому признаку сходства.



При визуальном анализе оспариваемого товарного знака «» и противопоставленного знака «» [6] коллегия отмечает, что оба обозначения являются комбинированными, однако, они производят различное общее зрительное впечатление, так как в состав оспариваемой регистрации входят запоминающаяся потребителями графическая композиция, которая отсутствует в противопоставлении [6]. В частности, в состав оспариваемой регистрации включен изобразительный элемент в виде мультяшного персонажа с телом колоска, который, в совокупности со значимым словесным элементом «Сronу» (значения были приведены по тексту заключения выше), будет восприниматься потребителями как «приятель в виде мультяшного персонажа». В противопоставленной регистрации [6] присутствует изобразительный элемент в виде колоса, который в совокупности со словесным элементом «Сornу» вызывает у потребителей ассоциации, связанные со злаковыми культурами. Соответственно, коллегия полагает, что противопоставленные друг другу обозначения различаются по визуальному критерию сходства.

С учётом вышеизложенного, коллегия полагает, что сравниваемые товарные знаки имеют фонетические отличия, различаются по общему внешнему впечатлению, а также совершенно не совпадают по семантическому критерию, ввиду чего не ассоциируются друг с другом, не являются сходными до степени смешения, то есть их товары 29, 30 классов МКТУ не будут смешиваться в гражданском обороте.

Выводы коллегии об отсутствии сходства до степени смешения между противопоставленными друг другу обозначениями подтверждаются Заключением №116-2025 от 27.05.2025 (приложение №6), представленного правообладателем, в котором вопросы касаются как даты 06.02.2025, так и даты 08.09.2022, то есть содержат в себе ретроперспективные данные.

При этом, Отчет с результатами исследования, проведенного ВЦИОМ (приложение №5), приложенный к возражению лицом, его подавшим, не содержал в себе ретроперспективных вопросов, в связи с чем его выводы не представляется возможным сравнить с датой приоритета оспариваемого товарного знака (08.09.2022).

Соответственно, Отчет с результатами исследования, проведенного ВЦИОМ (приложение №5) не содержит в себе данных, на основании которых можно было бы сделать выводы об оценке оспариваемого товарного знака положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса на дату его приоритета. Следовательно, его итоги не могут быть положены в основу вывода о том, что сравниваемые обозначения являются сходными до степени смешения.

Коллегия указывает, что сторонами были представлены критические замечания (приложения №№12, 13, 14) по поводу имеющих в материалах дела социологических исследований (приложения №№5, 6). Однако, как было установлено по тексту заключения выше, Отчет с результатами исследования, проведенного ВЦИОМ (приложение №5) выходит за дату приоритета оспариваемого товарного знака, ввиду чего его выводы не могут являться релевантными при рассмотрении настоящего дела, что же касается Заключения №116-2025 от 27.05.2025 (приложение №6), то оно содержит в себе некоторые

неточности в формировании выборки и инструментов опроса, что было установлено сравнительным экспертным заключением Фонда Социальных Исследований (приложение №13), однако, как полагает коллегия, данные недочеты не приводят к искажению мнения респондентов. Указанное социологическое исследование (приложение №6) включает, в том числе, ретроперспективные вопросы и не нарушает положения, установленные Информационной справкой о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков, утвержденной Постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 №СП-21/15.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №947159 противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, следует признать неубедительным.

В отношении доводов лица, подавшего возражения о том, что фактическое использование ООО «ЛЕОВИТ нутрио» оспариваемого обозначения на упаковках своей продукции значительно отличается от зарегистрированного, а элементы дизайна самих упаковок воспроизведены и переработаны через копирование и имитацию узнаваемых элементов дизайна продукции лица, подавшего возражения (фотографии упаковок приведены в таблице на странице 17 возражения), коллегия отмечает, что вопросы использования сравниваемых обозначений в гражданском обороте не относятся к компетенции Роспатента.

В рамках рассмотрения возражений по пункту 6 статьи 1483 Кодекса анализу подлежат сами товарные знаки и товары/услуги, для которых они зарегистрированы.

Что касается доводов возражения о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары 30 класса МКТУ, то необходимо отметить следующее.

Согласно сложившейся правовой позиции суда, способность введения в заблуждение элементами обозначений и обозначением, в целом, не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии

потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре/услуге и изготовителе/лица, оказывающего услуги.

Сам по себе факт использования обозначения до даты подачи заявки на товарный знак иным производителем не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товара/лица, оказывающего услуги.

С учетом изложенного для вывода о возможности введения потребителей в заблуждение через ассоциацию с иным производителем товара, основанную на предшествующем опыте, необходимо наличие доказательств, подтверждающих: 1) введение в гражданский оборот товаров со сходным обозначением иным производителем; 2) возникновение (и сохранение) у потребителей стойкой ассоциативной связи между самим товаром и его предшествующим производителем.

Лицом, подавшим возражение, были представлены материалы об известности знаковых батончиков бренда «Cornu» (приложения №№3, 4) и об их присутствии на маркетплейсах на настоящий момент (приложение №15).

Вместе с тем, с учётом установленного выше несходства оспариваемого товарного знака с обозначениями [1-7], данные о том, что лицом, подавшим возражение, вводится в гражданский оборот продукция под данным обозначением, не может быть принята коллегией во внимание, поскольку у потребителей не будет возникать мыслей, что продукция сравниваемых обозначений проистекает из одного источника.

Также коллегия указывает, что лицом, подавшим возражение, не было представлено данных о продаже знаковых батончиков под брендом «Cornu» на территории Российской Федерации до даты приоритета оспариваемого товарного знака (к возражению не были приложены договоры поставок, товарные накладные, таможенные документы, счета-фактуры).

Таким образом, коллегия не находит оснований для вывода о том, что оспариваемый товарный знак вводит потребителя в заблуждение в отношении

лица, производящего товары 30 класса, следовательно, не нарушает положения пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

По тексту возражения лицо, его подавшее отмечало, что «действия правообладателя, являющегося прямым конкурентом лица, подавшего возражение, позволяют предположить, что это юридическое лицо, возможно, планировало воспользоваться конкурентными преимуществами раскрученного и широко известного бренда компании «Schwartauer Werke GmbH & Co.» с давно сформированной репутацией». Коллегия приняла к сведению данный довод лица, подавшего возражение, и обращает его внимание на то, что установление факта недобросовестной конкуренции при рассмотрении возражений против предоставления правовой охраны товарному знаку не относится к компетенции федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Следовательно, оснований для анализа поступившего возражения на предмет его соответствия законодательству о защите конкуренции у коллегии не имеется.

Лицо, подавшее возражение, по тексту возражения также указывало, что «осуществленная ООО «ЛЕОВИТ нутрио» недобросовестная регистрация оспариваемого обозначения в качестве товарного знака противоречит общественным интересам».

Коллегия отмечает, что согласно пункту 4.2 главы 2 раздела IV Руководства к обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, можно отнести обозначения, представляющие или включающие слова, выражения, изображения, объемные и другие обозначения или их комбинации, которые как сами по себе, так и в случае их использования в качестве товарных знаков противоречат правовым основам общественного порядка и/или могут вызвать возмущение членов общества на основе общепринятых норм морали.

Оспариваемое обозначение не противоречит правовым основам общественного порядка, равно как и не может вызвать возмущение членов общества на основе общепринятых норм морали, обратное материалами возражения доказано не было.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 06.02.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №947159.