

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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 10.10.2025 возражение, поданное Тошматовым Мансуржоном Расуловичем, Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023832509, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «**ЧАЙХАНЧИК**» по заявке №2023832509 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 29.12.2023 на имя заявителя в отношении услуг 43 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 18.06.2025 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг по причине его несоответствия требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Согласно доводам, изложенным в заключении по результатам экспертизы, являющимся неотъемлемой частью оспариваемого решения Роспатента, заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками «**CHAIHONA NOMER ODIN**» [1] (свидетельство №748638 с приоритетом от 25.07.2019), «**ЧАЙХОНА №1**» [2] (свидетельство №690343 с приоритетом от 13.10.2016), «**CHAIHONA №1**» [3] (свидетельство №582409 с приоритетом от

19.06.2015), зарегистрированными на имя Ассоциации ресторанов «Чайхона № 1», 119331, Москва, пр-кт Вернадского, 29, этаж 23, помещение I, комната 5, для однородных услуг 43 класса МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с доводами экспертизы относительно сходства до степени смешения между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками, поскольку, по его мнению, сравниваемые семантически нейтральные обозначения «ЧАЙХАНЧИК» и «ЧАЙХОНА №1» имеют фонетические и графические отличия. Услуги 43 класса МКТУ, указанные в перечнях заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков однородными не являются.

В возражении указывается, что обозначение «ЧАЙХАНЧИК» обладает высокой степенью известности и узнаваемости, ассоциируется с деятельностью заявителя в сфере питания и приготовления пищи, осуществления консультаций и проката оборудования для заинтересованных лиц, при этом предприятия заявителя расположены по нескольким адресам в г. Химки, имеют большое количество отзывов потребителей. Заявитель имеет сертификат, выданный Федеральной службой защиты прав потребителей, принимает участие в различных культурно-массовых мероприятиях, а именно, в кулинарных конкурсах.

В свою очередь фактических данных о деятельности правообладателя противопоставленных товарных знаков в сфере предприятий общественного питания не имеется. Согласно выписке из ЕГРЮЛ данные о зарегистрированных видах экономической деятельности правообладателя противопоставленных товарных знаков не содержат информацию об услугах ресторанов, кафе и питания. Основным видом деятельности правообладателя является деятельность профессиональных членских организаций, а к дополнительным относится издание журналов и периодических изданий, представление в средствах массовой информации, исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения. Доступ к просмотру информации сайта правообладателя <https://chaihona1.rest> отсутствует.

С учетом изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 10.10.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023832509 в отношении всех заявленных услуг 43 класса МКТУ.

Доводы заявителя иллюстрируют следующие документы:

(1) отзывы потребителей об услугах заявителя;

(2) сертификаты административной целевой программы серия АА №8716 и АА №2267;

(3) Сертификат победителя от 10.07.2022 в номинации «Самое искусное сочетание специй» фестиваля плова 2022 года;

(4) выписка из ЕГРЮЛ в отношении Ассоциации ресторанов «Чайхона №1».

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия сочла доводы возражения необудительными.

С учетом даты (29.12.2023) поступления заявки №2023832509 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 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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.

Исходя из положений пункта 42 Правил, словесные обозначения сравниваются со словесными 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; расположения 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 обозначение понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Заявленное обозначение «**ЧАЙХАНЧИК**» по заявке №2023832509 с приоритетом от 29.12.2023 является словесным, выполнено стандартным шрифтом буквами кириллического алфавита.

Согласно доводам возражения решение Роспатента оспаривается в отношении услуг 43 классов МКТУ *«аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда кухонных раковин; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат роботов для приготовления напитков; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги закусочных; услуги кальянных; услуги кафе; услуги кафетериев; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов; услуги ресторанов вашиоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги ресторанов самообслуживания; услуги столовых; прокат оборудования для тепловой обработки и приготовления пищи; буфеты [обеспечение едой]; кейтеринг; пиццерии; прилавки с едой на вынос; рестораны пивные; чайные; бургерные».*

Отказ в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023832509 для указанной части заявленных услуг 43 класса МКТУ основывается на выводе о

его сходстве до степени смешения с противопоставленными товарными знаками «**CHAIHONA NOMER ODIN**» [1] по свидетельству №748638 с приоритетом от 25.07.2019, «**ЧАЙХОНА №1**» [2] по свидетельству №690343 с приоритетом от 13.10.2016, «**CHAIHONA №1**» [3] по свидетельству №582409 с приоритетом от 19.06.2015, зарегистрированными на имя Ассоциации ресторанов «Чайхона №1».

Противопоставленные товарные знаки [1] по свидетельству №748638, [2] по свидетельству №690343, [3] по свидетельству №582409 зарегистрированы в отношении услуг 43 класса МКТУ *«закусочные; кафе; кафетерии; рестораны; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом»*.

При сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] – [3] коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

В составе словесного заявленного обозначения присутствует единственный словесный элемент «ЧАЙХАНЧИК», который сам по себе в качестве лексической единицы в словарно-справочных источниках информации не упоминается. Вместе с тем, указанный элемент характеризуется наличием корня «чайхан-», ассоциирующегося со словом «чайхана¹» (название чайной в Средней Азии), и суффикса «-чик», который в русском языке в безударной позиции образует существительное мужского рода со значением «тот, кто связан с указанной в основе деятельностью, профессией, орудием или материалом труда», т.е. заявленное обозначение вызывает представление о работнике чайханы.

В свою очередь противопоставленные товарные знаки [1] – [3] включают в свой состав слова «CHAIHONA» / «ЧАЙХОНА», являющиеся транслитерацией друг друга в латинице и кириллице. Названные словесные элементы в словарях отсутствуют. Однако сам по себе факт отсутствия в словарно-справочных материалах слова «чайхона» не свидетельствует о том, что оно воспринимается в ином ключе, нежели слово «чайхана», поскольку в материалах дела данные доказательства отсутствуют. Изменение буквы «а» при написании этого слова на букву «о» не изменило восприятие этого обозначения в качестве названия чайного заведения. Кроме того, в силу иностранного происхождения слова «чайхана» возможны разные варианты его транслитерации.

Помимо названных словесных элементов в состав противопоставленных товарных знаков [1] – [3] входит словосочетание «NOMER ODIN» и его цифровой эквивалент «№1». Следует указать, что словесные элементы «CHAIHONA» / «ЧАЙХОНА» занимают первоначальное положение в противопоставленных товарных знаках и определяют их восприятие в первую очередь, поскольку на них падает логическое ударение и начинается восприятие обозначений в целом. Помимо вышесказанного необходимо отметить, что элемент «NOMER ODIN» или «№1» в составе противопоставленных товарных знаков является зависимым по смыслу от существительного «чайхона». Словосочетание «номер один²» является устойчивым

¹ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1086062?ysclid=miyy5p2s89724822193>, Толковый словарь Ушакова.

² https://phraseology.academic.ru/7480/Номер_один?ysclid=miyzzljfj9h524305903, Фразеологический словарь русского литературного языка. - М.: Астрель, АСТ. А. И. Фёдоров. 2008.

выражением, по своему смысловому значению аналогично прилагательным «основной, самый главный, самый первый кто-либо». Указанные обстоятельства обуславливают вывод о доминировании словесных элементов «CHAIHONA» / «ЧАЙХОНА» в составе противопоставленных товарных знаков.

Таким образом, наиболее прямой и очевидный смысл от восприятия сравниваемых обозначений «ЧАЙХАНЧИК» и «CHAIHONA» / «ЧАЙХОНА» связан со смысловым содержанием слова «чайхана», что предопределяет их смысловое сходство. При этом сравниваемые обозначения характеризуются фонетическим сходством за счет близости звучания большинства букв и звуков «ЧАЙХАН-», входящих в их состав и расположенных в первоначальной позиции, при этом гласные звуки «А» и «О» во втором слоге редуцируются.

Поскольку входящие в состав заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков фонетически и семантически сходные индивидуализирующие словесные элементы «ЧАЙХАНЧИК» и «CHAIHONA» / «ЧАЙХОНА» несут основную (или единственную) индивидуализирующую нагрузку, есть основания для вывода об ассоциировании сравниваемых обозначений друг с другом в целом.

Вместе с тем, вероятность смешения средств индивидуализации определяется не только степенью их сходства, но и степенью однородности товаров (услуг), для сопровождения которых они предназначены.

В рассматриваемом споре сравниваемые перечни услуг 43 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков включают позиции, которые относятся к одной и той же родовой категории – предприятия общественного питания, которые характеризуются одинаковым назначением, кругом потребителей и условиями реализации, что обуславливает вывод об их высокой степени однородности. Что касается таких заявленных услуг как *«аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда кухонных раковин; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат роботов для приготовления напитков; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги кальянных; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и*

напитках]; прокат оборудования для тепловой обработки и приготовления пищи; кейтеринг; пиццерии; прилавки с едой на вынос», то они оказываются в сфере ресторанного бизнеса, являются сопутствующими ему, взаимодополняемыми, входят в комплекс услуг по обеспечению пищевыми продуктами в местах общественного питания, следовательно, однородны услугам 43 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков.

Коллегия проанализировала приведенную в возражении информацию о деятельности заявителя и приходит к выводу о том, что она связана с обеспечением общественного питания, т.е. напрямую соотносится с позициями, перечисленными в перечне противопоставленных товарных знаков. При этом информация заявителя об отсутствии данных о фактической деятельности правообладателя противопоставленных товарных знаков в отношении предприятий общественного питания не влияет на вывод о наличии однородности сопоставляемых услуг сравниваемых обозначений. Кроме того, правовая охрана противопоставленных товарных знаков является действующей, следовательно, подлежит правовой охране.

Также, при анализе представленных материалов возражения, коллегия обратила внимание на сертификат, которым удостоверяется победа заявителя в кулинарном конкурсе «Фестиваль плова 2022 года». В данном сертификате предприятие заявителя упоминается как «кафе «Чайханчик №1», что вызывает прямые ассоциации как с противопоставленными товарными знаками с элементами «ЧАЙХОНА №1» / «GHAIHONA NOMER 1», так и с деятельностью, в отношении которой им предоставлена правовая охрана.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] по свидетельству №748638, [2] по свидетельству №690343, [3] по свидетельству №582409 при имеющейся высокой степени однородности услуг 43 классов МКТУ, для сопровождения которых они предназначены, коллегия пришла к выводу об угрозе смешения сравниваемых обозначений в гражданском обороте. Данные обстоятельства препятствуют регистрации товарного знака по заявке №2023832509 для части услуг 43 класса МКТУ

согласно требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса и не позволяют удовлетворить рассматриваемое возражение.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 10.10.2025, оставить в силе решение Роспатента от 18.06.2025.