

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 г. № 644/261 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 09.02.2026 возражение ИП Черняковой Юлии Дмитриевны (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024757006, при этом установила следующее.

Регистрация обозначения «» в качестве товарного знака по заявке №2024757006 с датой поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности от 24.05.2024 испрашивалась на имя заявителя в отношении товаров 18 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента от 07.10.2025 о государственной регистрации товарного знака было принято только для части заявленных товаров и услуг:

18 - вальтрапы; возжжи; гарнитурсы сбруйные; детали для стремян резиновые; диспенсеры пакетов для собачьих отходов, приспособленные для ношения на поводке; замша, за исключением используемой для чистки; изделия шорно-седельные; кнуты; коврики для верховой езды; кожаные для рессор кожаные; коробки из вулканизированной фибры; коробки из кожи или кожкартона; крепления для седел; ленчики седел; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; наколенники для лошадей; намордники; недоуздки для лошадей; несесеры для туалетных принадлежностей незаполненные; обивка мебельная из кожи; одежда для домашних животных; одеяла для животных; отделка кожаная для мебели;

ошейники для животных; плетки многохвостые; поводки кожаные; подкладки мягкие под седла для верховой езды; подковы; подпруги кожаные; попоны для лошадей; постромки [конская сбруя]; ремни для военного снаряжения; ремни для конской сбруи; ремни подбородочные кожаные; ремни стременные; седла для лошадей; сетки хозяйственные; стремяна; сумки для альпинистов; сумки для инструментов пустые; сумки седельные; сумки хозяйственные многоразовые; сумки хозяйственные на колесах; торбы [мешки для кормов]; трензели для конской сбруи; тфилин [филактерии]; удила [сбруя конская]; уздечки [конская сбруя]; упряжь для животных; футляры для ключей; хомуты для лошадей; чехлы на седла для лошади; шевро; шнуры кожаные; шоры [сбруя конская]; ягдташи [охотничьи аксессуары]; ящики из вулканизированной фибры; переноски для животных; нахвостники; путлища; поводья; развязки [упряжь]; пелямы чомбуры [чумбуры]; шлеи; шпрунты [изделия шорно-седельные и конская упряжь], включенные в 18 класс; ошейники, включенные в 18 класс; флоггеры, включенные в 18 класс; наручники кожаные, включенные в 18 класс; сумки для переноски животных; поводки; гетры для животных; намордники для животных; одежда для животных; поводки для животных; торбы для животных; банданы для собак [одежда для животных]; дождевики для собак [одежда для животных]; накидки для домашних животных; ошейники, поводки и одежда для животных; переноски для животных [сумки]; попоны [одежда] для животных; сумки для переноски домашних животных; шлейка для домашних животных.

35 - аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; услуги по подаче налоговых деклараций; аудит деятельности предприятия.

В отношении другой части в регистрации товарного знака было отказано на основании его несоответствия требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное несоответствие мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с:

- словесными товарными знаками «КОТИК/КОТІК», зарегистрированными под №772146 [1] с приоритетом от 23.05.2019, под №308763 [2] с приоритетом от 20.12.2000 на имя Шаповалова Владислава Васильевича, 117574, Москва, ул. Голубинская, 9, кв. 71 в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- словесным товарным знаком «КОТІК», зарегистрированным под № 226615/1 [3] с приоритетом от 20.12.2000 на имя Беляева Владимира Сергеевича, 121351, Москва, ул. Ярцевская, д.4, корп.2, кв.32 в отношении товаров 25 класса МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 18 класса МКТУ.

Заявитель выразил свое несогласие с данным решением в поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) возражении, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, так как они производят разное зрительное впечатление на потребителя;

- заявляемое на регистрацию в качестве комбинированного товарного знака обозначение представляет собой семантически нейтральную в отношении заявленных товаров и услуг композицию, состоящую из словесных и графических элементов. Словесный фантазийный элемент «КОТІКІ» выполнен оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита розового и оранжевого цветов с черным контуром. Графический элемент представляет собой оригинально рисованное стилизованное изображение кота, выполненное оранжевым, серым, розовым, черным и белым цветами;

- противопоставленные товарные знаки [1-3] являются словесными обозначениями, выполненными стандартным шрифтом буквами черного цвета;

- указанные отличия сравниваемых обозначений в совокупности достаточны для их уверенного восприятия потребителями в качестве разных обозначений.

Обозначения производят разное впечатление, в целом друг с другом не ассоциируются;

- испрашиваемые товары 18 класса МКТУ не являются однородными товарам 25 класса МКТУ противопоставленного товарного знака № 226615/1 «одежда, обувь, головные уборы». Сравниваемые товары относятся к разным классам МКТУ, к разным родовым группам и видам товаров, не соотносятся между собой как род-вид, имеют разное функциональное назначение и цели применения, обладают разными потребительскими свойствами. Сопоставляемые товары не являются для потребителей взаимозаменяемыми или взаимодополняемыми;

- более того, регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 18 класса МКТУ, в который включены, в основном, кожа, имитация кожи и некоторые изделия из этих материалов. Товары данного класса принципиально неоднородны товарам 25 класса МКТУ, поскольку в него не входят одежда, обувь, головные уборы. В связи с этим товарный знак №226615/1 [3] не может препятствовать регистрации заявленного обозначения;

- регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров 18 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки. К потребителям услуг 35 класса МКТУ относятся в основном производители и продавцы товаров, лица, оказывающие услуги (выполняющие работы), то есть бизнес-потребители, имеющие обычно определенные профессиональные знания и опыт, а также коммерческий интерес в продвижении и реализации определенных видов товаров или услуг. Более того, услуги в 35 классе МКТУ оказываются, обычно, на основании предварительно согласованных сторонами договоров, ввиду чего вероятность того, что потребитель перепутает лица, оказывающих услуги, отсутствует вовсе;

- деятельность заявителя связана с развитием уникального бренда рюкзаков, что прямо следует из заявленного перечня товаров, а также подтверждается информацией, размещенной в официальном магазине заявителя на маркетплейсе

Wildberries - <https://www.wildberries.ru/seller/63489>, где заявитель является продавцом;

- анализируя отзывы покупателей, можно сделать вывод, что продукция, которая представлена в магазине заявителя, регулярно получает высокие оценки. Средняя оценка товаров составляет 4,9 балла из 5, что является высоким показателем. Кроме того, количество отзывов, оставленных покупателями, приближается к 4 тысячам, количество проданных товаров – к 15 тысячам, из которых процент выкупа составил 79%, что является довольно высоким и впечатляющим результатом длительной и качественной работы заявителя по заявке. Все эти факты свидетельствуют о значительной популярности и востребованности продукции заявителя на маркетплейсе WILDBERRIES. Также у заявителя по заявке ранее был зарегистрирован изобразительный товарный знак №1131834 с оригинально рисованным стилизованным изображением котика, который органично сочетается со словесным и изобразительным элементами заявленного на регистрацию обозначения №2024757006, образуя единый уникальный бренд в представленной заявителем ценовой категории и стилистике, что также подтверждается многочисленными отзывами, оставленными покупателями на маркетплейсе WILDBERRIES.

На основании изложенного в возражении выражена просьба зарегистрировать товарный знак по заявке №2024757006 в отношении всех заявленных товаров и услуг.

В дополнении к возражению, поступившем 30.03.2026, заявителем приведены дополнительные сведения об известности обозначения потребителю, проведен дополнительный анализ однородности, а также представлен уточненный перечень испрашиваемых товаров и услуг:

18 класса МКТУ – рюкзаки; ранцы; сумки школьные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки женские; сумки-шопперы;

35 класса МКТУ - демонстрация товаров; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; реклама; услуги магазинов по

розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров.

Изучив материалы дела и заслушав участвующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (24.05.2024) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 2015 (далее – Правила).

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.

Согласно пункту 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.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах 42, 43 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), смысловым (семантическим) признакам, изложенным в подпунктах (1), (2), (3) пункта 42 Правил.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

Заявленное обозначение  представляет собой комбинированное обозначение со словесным элементом «КОТИКИ», выполненным в оригинальной графической манере с использованием яркой цветовой гаммы, между буквами «О» и «Т» которого разместилось стилизованное изображение лежащего кота.

Согласно возражению государственная регистрация товарного знака испрашивается для уточненного перечня товаров и услуг:

18 класса МКТУ – рюкзаки; ранцы; сумки школьные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки женские; сумки-шопперы;

35 класса МКТУ – демонстрация товаров; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; реклама; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024757006 мотивировано несоответствием обозначения требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием сходных до степени смешения товарных знаков [1-3], охраняемых в отношении однородных товаров на имя других лиц.

Словесные товарные знаки «КОТИК/КОТИК» [1-2] выполнены стандартным шрифтом буквами черного цвета.

Знак [1] действует, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; демонстрация товаров в рекламных целях; заключение контрактов на покупку и продажу товаров и услуг для третьих лиц; заключение контрактов на рекламу и продвижение товаров для третьих лиц; заключение торговых сделок для третьих лиц, через Интернет-магазины; закупка товаров от имени субъектов предпринимательской деятельности; Интернет услуги по заказу и доставке на дом пищевых и ресторанных продуктов; маркетинговые услуги по стимулированию закупок продуктов сторонних производителей; маркетинг товарный; менеджмент в сфере продажи (коммерции); организация и заключение торговых сделок для третьих лиц; организации торговых ярмарок; организация аукционных продаж; организация аукционов в Интернете; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация выставок и торговых ярмарок для коммерческих и рекламных целей; организация и проведение презентации продуктов; организация и проведение рекламных мероприятий; организация и проведение торговых выставок, мероприятий и выставок для коммерческих или рекламных целей; организация и проведение торговых ярмарок; организация мероприятий, выставок, ярмарок и представлений для коммерческих, стимулирующих и рекламных целей; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление информации о товарах через телекоммуникационные сети в рекламных или торговых целях; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление потребителям информации о товарах или услугах; предоставление потребителям информации о товарах через Интернет; представление товаров в витринах магазинов живыми моделями; презентация товаров и услуг в электронном виде; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; презентация товаров потребителям; проведение виртуальных выставок-ярмарок онлайн; проведение торговых ярмарок; продажа аукционная; продвижение и реализация торговых выставок; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров в целях покупки или продажи (для третьих лиц);

продвижение товаров и услуг для третьих лиц через Интернет; прокат торговых автоматов; прокат торговых стоек; прокат рекламных материалов; распространение образцов; распространение рекламных материалов; распространение товаров для рекламных целей; сбыт продукции; стимулирование сбыта товаров и услуг для третьих лиц; управление бизнесом оптовой и розничной продажи; услуги деловые посреднические и консультационные в области продажи товаров; услуги импорт-экспортных агентств; услуги Интернет-магазинов по розничной, оптовой продаже; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги оптовых заказов; услуги оформления витрин магазинов розничной продажи; услуги по контролю объема продаж для третьих лиц; услуги по развозной продаже товаров; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по продаже через торговые автоматы; услуги по торговому посредничеству; услуги розничной и оптовой продажи продуктов питания и напитков; услуги розничной продажи, предоставляемые; услуги розничной продажи, предоставляемые бакалейными магазинами; услуги розничной продажи, предоставляемые булочными; услуги розничной продажи, предоставляемые магазинами сладостей; услуги розничной продажи, предоставляемые мясными лавками; услуги розничной продажи, предоставляемые супермаркетами; услуги розничной продажи, предоставляемые телевизионными магазинами; услуги розничной продажи, предоставляемые универсальными магазинами; услуги розничной продажи, предоставляемые фруктовыми лотками; услуги розничной продажи, предоставляемые через интерактивное телевидение; услуги розничной продажи, предоставляемые через сети компьютерной связи; услуги розничной продажи, связанные со сладостями; услуги розничной продажи с предоставлением широкого ассортимента товаров потребителям; услуги розничные, предоставляемые мини-маркетами; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]».

Товарный знак [2] действует в отношении услуг 35 класса МКТУ «реклама; общественные связи; кадровые агентства», а также 42 класса МКТУ «торговля».

Словесный товарный знак «КОТИК» [3] зарегистрирован для товаров 25 класса МКТУ – *одежда, обувь, головные уборы*.

Анализ сравниваемых обозначений показал, что они могут ассоциироваться между собой в целом за счет фонетического, семантического и графического сходства заявленного обозначения и словесных товарных знаков «КОТИК/КОТИК».

Фонетическое сходство этих словесных элементов обусловлено полным фонетическим вхождением противопоставленных обозначений в заявленное, а также одинаковым составом согласных и близким составом гласных звуков и одинаковым расположением совпадающих звукосочетаний.

Семантическое сходство обозначений обусловлено тем, что сравниваемые знаки представляют собой уменьшительно-ласкательную форму от слова «КОТ» (Кот – самец кошки, млекопитающее семейства кошачьих, см., например, <https://dic.academic.ru>).

Графическое сходство обозначений определяется их выполнением буквами одного алфавита. Что касается некоторых графических отличий в выполнении сравниваемых знаков, то они не оказывают существенного влияния на восприятие обозначений потребителем, так как его основное внимание акцентируется именно на словесных элементах.

С учетом изложенного коллегия пришла к выводу о том, что сравниваемые обозначения ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия, следовательно, в соответствии с пунктом 41 Правил являются сходными до степени смешения.

Сравнительный анализ перечня испрашиваемых товаров 18 класса МКТУ (рюкзаки; ранцы; сумки школьные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки женские; сумки-шопперы) с товарами 25 класса МКТУ «одежда, обувь, головные уборы» противопоставленного товарного знака [3] показал, что указанные товары не являются однородными, поскольку имеют разный вид, относятся к разным родовым группам товаров (в одном случае – это кожгалантерейные изделия), в другом – предметы одежды), имеют разное назначение (переноска и транспортировка

различных предметов – в одном случае, защита тела человека от неблагоприятных условий среды обитания), имеют разные условия их производства и реализации, не являются взаимозаменяемыми. Также следует отметить, что даже, если рассматривать часть испрашиваемых товаров (например, спортивные сумки, женские сумки) в качестве аксессуаров к одежде, то для возникновения ассоциаций об отнесении указанных товаров и одежды к одному источнику происхождения необходима широкая известность и репутация старшего товарного знака. В данном случае коллегия не располагает какими-либо сведениями об известности потребителю товарного знака «КОТИК» [3] и товаров, производимых его правообладателем под этим обозначением.

Что касается услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака (демонстрация товаров; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; реклама; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров), то указанные услуги идентичны и однородны услугам 35 класса МКТУ товарного знака [1], в том числе услугам «демонстрация товаров; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; реклама; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги Интернет-магазинов по розничной, оптовой продаже; услуги розничной продажи, предоставляемые супермаркетами; услуги розничной продажи, предоставляемые телевизионными магазинами; услуги розничной продажи, предоставляемые универсальными магазинами; услуги розничной продажи, предоставляемые через интерактивное телевидение; услуги розничной продажи, предоставляемые через сети компьютерной связи; услуги розничной продажи с предоставлением широкого ассортимента товаров потребителям; услуги розничные, предоставляемые мини-маркетами; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров в целях покупки или продажи (для третьих лиц); продвижение товаров и услуг для третьих лиц через Интернет», а также услуге 42 класса МКТУ «торговля» товарного знака [2], поскольку сравниваемые услуги совпадают по виду, роду,

имеют одно назначение, один круг потребителей и условия их оказания, в связи с чем восприниматься потребителем как происходящие из одного источника в случае их маркировки сравниваемыми обозначениями.

В данном случае отсутствие однородности товаров 18 класса МКТУ, для маркировки которых предназначены заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак [3], несмотря на сходство сравниваемых обозначений, позволило коллегии прийти к выводу об отсутствии опасности смешения обозначений в гражданском обороте в случае маркировки ими сравниваемых товаров.

Таким образом, оснований для признания заявленного обозначения не соответствующим требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении части испрашиваемого перечня товаров 18 класса МКТУ у коллегии не имеется.

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

удовлетворить возражение, поступившее 09.02.2026, изменить решение Роспатента от 07.10.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024757006.