

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном четвертой частью Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520, рассмотрела возражение, поступившее 29.01.2015, поданное по поручению ОАО «Газпром нефть», Санкт-Петербург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) от 27.11.2014 о государственной регистрации товарного знака по заявке №2012743682, при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке №2012743682 подано 14.12.2012 на регистрацию товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 16, 29, 30, 32 и услуг 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака заявлено



комбинированное обозначение , включающее словесные элементы «DRIVE Safe», выполненные оригинальным шрифтом заглавными и строчными буквами латинского алфавита, расположенные в центральной части квадрата бежевого цвета с вертикально ориентированными углами, и словосочетание «возьми с собой», выполненное оригинальным шрифтом, стилизованным под рукописный текст, слева и справа от которого расположены по

три полосы оранжевого цвета. Правовая охрана товарного знака испрашивается в коричневом, бежевом, оранжевом, белом цветовом сочетании.

Решение Роспатента от 27.11.2014 о государственной регистрации товарного знака по заявке №2012743682 было принято на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что заявленное обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении товаров 16, части товаров 32 и части услуг 43 классов МКТУ.

В отношении другой части товаров 32 класса МКТУ и товаров 29, 30 классов МКТУ оно не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, поскольку сходно до степени смешения:

- с товарным знаком по свидетельству №306097 [1], ранее зарегистрированным на имя ЗАО «Фабрика «Русский шоколад», Москва, в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ;

- с товарными знаками по свидетельствам №№ 336656 [2], 302793 [3], 443233 [4], 444923 [5], 443348 [6], 437351 [7], ранее зарегистрированным на имя ООО «Сиббалт», г. Омск, в отношении однородных товаров 29, 30 классов МКТУ;

- с товарными знаками по свидетельствам №№293346 [8], 291222 [9], ранее зарегистрированным на имя ООО «Управляющая компания «ОСТ», Москва, в отношении товаров 33 класса МКТУ, признанных однородными с заявленными товарами 32 класса МКТУ (пиво);

- с товарным знаком по свидетельству №270593 [10], ранее зарегистрированным на имя компании Фьюча Энтерпрайсиз Пте, Сингапур, в отношении однородных товаров 29, 30 классов МКТУ.

В заключении по результатам экспертизы также указано, что словесный элемент «Safe» (в переводе с английского языка «кафе» - небольшой ресторан, где можно приобрести кофе, чай, простые закуски и т.п.) является неохраняемым элементом для услуг 43 класса МКТУ в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса, так как является видовым наименованием предприятия и указывает на вид части услуг 43 класса МКТУ.

В отношении другой части услуг 43 класса МКТУ заявленное обозначение не соответствует требованиям 3(1) статьи 1483 Кодекса, поскольку способно ввести потребителя в заблуждение относительно вида услуг.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 29.01.2015, заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента. В возражении приведены следующие доводы:

- заявленное обозначение не является сходным с противопоставленными товарными знаками по причине отсутствия фонетического, семантического и визуального сходства;

- доводы экспертизы, в которых заявленному обозначению одновременно противопоставлены товарные знаки, содержащие несходные словесные элементы («ДРАЙВ»/«DRIVE» и «ПРОСТО ВОЗЬМИ С СОБОЙ»), являются взаимоисключающими;

- словесный элемент «DRIVE» сам по себе обладает слабой различительной способностью, используется различными производителями для разных групп товаров, что подтверждается многочисленными решениями палаты по патентным спорам, поддержанными арбитражными судами, в отличие от высокой различительной способности заявленного обозначения, которое широко используется заявителем в своей хозяйственной деятельности;

- заявитель является правообладателем серии товарных знаков, в состав которых входит словесный элемент «DRIVE», которые используются для широкого спектра товаров и услуг, в том числе для товаров 29, 30 классов МКТУ (свидетельства №№458431, 457919, 457919, 458433, 429877, 443801, 508247, 511545, 506083, 511570, 511571, 505791, 505794 и др.);

- изначально заявитель маркировал обозначением «G-Drive» топливо с улучшенными характеристиками, в дальнейшем для маркетинговой поддержки основного вида продукции заявитель начал выпуск сопутствующих (нетопливных) товаров в торговых залах сети АЗС «Газпромнефть»;

- развитие кафе на АЗС, принадлежащих группе компаний «Газпром нефть», осуществляется под общим брендом «Drive Cafe», созданным в развитие премиального топливного бренда «G-Drive»;

- единая стилистика линейки брендов «Drive Cafe» и «G-Drive» обеспечивает формирование у потребителя единой ассоциации с АЗС «Газпромнефть» как местом, где можно заправиться топливом и перекусить в фирменном кафе;

- высокая степень известности товарных знаков заявителя подтверждается социологическим опросом, проведенным ВЦИОМ;

- рынки сбыта продукции заявителя и правообладателей противопоставленных товарных знаков не совпадают, продукция не пересекается, что подтверждает отсутствие угрозы смешения потребителем этих товаров;

- несмотря на фонетическое сходство словесных элементов «возьми с собой» и «ПРОСТО ВОЗЬМИ С СОБОЙ», включенных в заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству №270593, в силу своей слабости при маркировке товаров 29, 30 и услуг 43 классов МКТУ, относящихся к рынку продажи товаров и оказания услуг в формате «возьми с собой» (еда на вынос, take away, to go), описательные словесные элементы «возьми с собой», характеризующие качество и свойства товаров, не должны рассматриваться как определяющие при анализе сходства сравниваемых обозначений, поскольку они не выполняют индивидуализирующую функцию товарного знака.

На основании изложенного заявитель просит принять решение о регистрации товарного знака для всех заявленных товаров и услуг.

К возражению приложены следующие материалы:

- копия каталога продукции холдинга «Объединенные кондитеры» [11];
- копия каталога сопутствующих товаров в розничной сети АЗС «Газпромнефть»[12];

- распечатка статьи «Возьми с собой! Как упаковка влияет на покупку в сегменте готовых блюд на вынос» <http://www.coffeetea.ru/single/archive/2013/july/item/5702/> [13];

- распечатки из сети Интернет о товарах в формате «возьми с собой» [14];

- копия письма ООО «ЭЙ СИ НИЛЬСЕН» [15];
- лингвистическое заключение от 21.07.2014 [16];
- социологические исследования «Определение мнения респондентов о возможности введения в заблуждение относительно товаров и производителя товаров «G-drive» и «Drive me», Москва, 2013; «Определение возможности введения потребителей в заблуждение относительно производителей продукции, маркированной обозначениями «DRIVE Cafe», «DRIVE» и «Super Drive», а также мнения об однородности/неоднородности данной продукции», Москва 2014; «Определение возможности введения в заблуждение респондентов относительно правообладателей обозначений «DRIVE Cafe», «DRIVE» и «Super Drive», Москва, 2014 [17];
- сводный отчет по кампаниям ГАЗПРОМ НЕФТЬ за период апрель-декабрь 2013 [18];
- лингвистическое заключение от 17.10.2014 [19];
- социологический опрос потребителей кондитерских изделий, проведенный Лабораторией социологической экспертизы [20];
- экспертное заключение о сходстве комбинированного обозначения «DRIVE Cafe» по заявке №20127430685 со словесными товарными знаками «ДРАЙВ» по свидетельству №306097, «DRIVE» по свидетельству №336656, «ДРАЙВ» по свидетельству №293346, «DRIVE» по свидетельству №291222, с комбинированными товарными знаками (свидетельства №№302793, 443233, 444923, 443348, 437351) с международной регистраций №849359 [21];
- сведения из Интернет-словаря МультиТран о значении слов «drive» и «café» [22];
- сведения из словарей (Яндекс.Словари) о значении слова «драйв» [23];
- исследование «Анализ границ продуктового рынка товаров «Возьми с собой» [24];
- распечатки международных регистраций и товарных знаков, включающих словесный элемент «DRIVE» [25];

- исследование «Мониторинг показателей и оценка эффективности продвижения розничных брендов «ГАЗПРОМ НЕФТЬ» по итогам рекламной кампании 2013 года» [26];
- постановление Суда по интеллектуальным правам от 28 апреля 2014 по делу №А40-6804/2013 и Заключение коллегии палаты по патентным спорам на решение Роспатента о государственной регистрации товарного знака по заявке №2010730909 (M ENERGY) [27];
- рекламные буклеты АЗС №55 Газпромнефть [28];
- презентация «Развитие бренда G-Drive» [29];
- объемы реализации нетопливных товаров, маркированных обозначением «G-DRIVE» и «DRIVE Café» [30];
- решения зарубежных патентных ведомств [31];
- распечатки международных регистраций по базе данных WIPO [32];
- примеры использования обозначения ««DRIVE» для маркировки товаров различных областей [33];
- описание целевых аудиторий сети АЗС «Газпромнефть», потребителей услуг кафе на АЗС и потребителей закусок низко-ценового сегмента ООО «Сиббалт» [34];
- позиционирование продукции на потребительском рынке ООО «СИББАЛТ» (фотографии продукции с маркировкой) [35];
- позиционирование продукции на потребительском рынке ОАО «ГАЗПРОМ НЕФТЬ» (фотографии продукции с маркировкой) [36];
- заключение Лаборатории социологической экспертизы по итогам социологического исследования об определении сходства до степени смешения между товарными знаками №526397 «DRIVE Cafe» и №336656 «DRIVE» [37];
- решение Арбитражного суда Новосибирской области по делу №А45-18308/2014 [38];
- маркетинговое исследование компании «О + К Research» «Исследование восприятия обозначения DRIVE/ДРАЙВ» [39];

- отчет об оценке нематериального актива, представляющего собой совокупность обозначений и товарных знаков, используемых для розничной реализации товаров и услуг «Drive Cafe» на территории АЗС «Газпромнефть» [40];
- заключение Лаборатории социологической экспертизы по результатам социологического опроса потребителей услуг/посетителей супермаркетов и магазинов на АЗС [41];
- лингвистическое заключение (заключение специалиста) от 18.12.2015 [42];
- организационно-методические основы социологической экспертизы, Москва, 2015 [43];
- образцы продукции, произведенной заявителем и ООО «СИББАЛТ»[44].

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

С учетом даты (14.12.2012) подачи заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный №4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее — Правила).

В соответствии с пунктом 1 (3) 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 и способ их производства или сбыта.

Согласно пункту (2.3.2.3) Правил к таким обозначениям относятся, в частности, простые наименования товаров; обозначения категории качества товаров; указания свойств товаров (в том числе носящие хвалебный характер); указания материала или состава сырья; указание веса, объема, цены товаров; даты производства товаров; данные по истории создания производства; видовые

наименования предприятий; адреса изготовителей товаров и посреднических фирм; обозначения, состоящие частично или полностью из географических названий, которые могут быть восприняты как указания на место нахождения изготовителя товара.

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

В соответствии с пунктом 3 (1) 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 2.5.1 Правил 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.

Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

В соответствии с требованиями пункта 6(2) 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 (14.4.2) Правил, обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту (14.4.2.4) Правил комбинированные обозначения сравниваются:

- с комбинированными обозначениями;

- с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах (14.4.2.2), (14.4.2.3) Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Согласно пункту (14.4.3) Правил, при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. При этом принимаются во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

Как указано выше, в качестве товарного знака заявлено комбинированное



обозначение, включающее словесные элементы «DRIVE Cafe», выполненные оригинальным шрифтом заглавными и строчными буквами латинского алфавита, расположенные в центральной части квадрата бежевого цвета с вертикально ориентированными углами, и словосочетание «возьми с собой», выполненное оригинальным шрифтом, стилизованным под рукописный текст, слева и справа от которого расположены по три полосы оранжевого цвета.

Словесный элемент «Cafe» (небольшой ресторан, где можно приобрести кофе, чай, простые закуски и т.п.), присутствующий в заявленном обозначении, указывает на видовое наименование предприятия общественного питания, а также на вид части услуг, в связи с чем является для этих услуг неохраняемым элементом на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Кроме того, его присутствие в заявленном обозначении обуславливает ограничение перечня услуг 43 класса МКТУ только

услугами, связанными с обеспечением потребителей едой и сопутствующими услугами, поскольку в отношении других услуг 43 класса МКТУ заявленное обозначение будет являться ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно вида оказываемых услуг на основании положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В решении Роспатента от 27.11.2014 в качестве препятствия для государственной регистрации товарного знака по заявке №2012743682 указаны следующие товарные знаки:

- товарный знак по свидетельству №306097 [1], представляющий собой словесное обозначение «ДРАЙВ», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Товарный знак охраняется в отношении товаров 30 класса МКТУ.

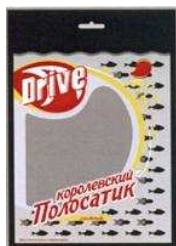
- товарный знак по свидетельству №336656 [2], представляющий собой словесное обозначение «DRIVE», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Товарный знак охраняется в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ.

- товарный знак по свидетельству №302793 [3], представляющий собой



комбинированное обозначение в виде вертикально ориентированного прямоугольника, в центре которого на фоне серого поля в горошек расположено пятно белого цвета. В левом верхнем углу знака на фоне спиралеобразной фигуры помещен словесный элемент «DRIVE», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. Товарный знак охраняется в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ.

- товарный знак по свидетельству №443233 [4], представляющий собой



этикетку в виде вертикально ориентированного прямоугольника, в центре которого, на фоне упорядоченно размещенных изображений морских обитателей, расположено пятно серого цвета. В верхнем левом углу композиции расположен каплевидный элемент красного цвета, на фоне которого помещен словесный элемент «DRIVE», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. В нижней части знака расположены словесные элементы «ЖЁЛТЫЙ ПОЛОСАТИК», выполненные оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Товарный знак охраняется в красном, желтом, белом, сером, светло-сером, черном цветовом сочетании в отношении товаров 29 класса МКТУ.

- товарный знак по свидетельству №444923 [5], представляющий собой



комбинированное обозначение в виде вертикально ориентированного прямоугольника, в центре которого, на фоне упорядоченно размещенных изображений морских обитателей, расположено пятно серого цвета. В верхнем левом углу композиции расположен каплевидный элемент красного цвета, на фоне которого помещен словесный элемент «DRIVE», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. В нижней части знака расположены словесные элементы «КОЛЬЦА КАЛЬМАРА», выполненные оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Товарный знак охраняется в красном, желтом, светло-желтом, белом, сером цветовом сочетании в отношении товаров 29 класса МКТУ.

- товарный знак по свидетельству №443348 [6], представляющий собой



комбинированное обозначение в виде вертикально ориентированного прямоугольника, в центре которого, на фоне упорядоченно размещенных изображений морских обитателей, расположено пятно серого цвета. В верхнем левом углу композиции расположен каплевидный элемент красного цвета, на фоне которого помещен словесный элемент «DRIVE», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. В нижней части знака расположены словесные элементы «ЖЁЛТЫЙ ПОЛОСАТИК», выполненные оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Товарный знак охраняется в красном, желтом, светло-желтом, белом, светло-сером, черном цветовом сочетании в отношении товаров 29 класса МКТУ.

- товарный знак по свидетельству №437351 [7], представляющий собой



комбинированное обозначение, включающее словесные элементы «DRIVE ЧИПСЫ», выполненные оригинальным шрифтом заглавными буквами латинского и русского алфавитов, на фоне стилизованного изображения солнца с расходящимися лучами. Товарный знак охраняется в красном, темно-красном, оранжевом, желтом, светло-желтом, белом цветовом сочетании в отношении товаров 29 и услуг 35 классов МКТУ.

- товарный знак по свидетельству №293346 [8], представляющий собой словесное обозначение «ДРАЙВ», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Товарный знак охраняется в отношении товаров 33 класса МКТУ.

- товарный знак по свидетельству №291222 [9], представляющий собой словесное обозначение «DRIVE», выполненное стандартным шрифтом заглавными

буквам латинского алфавита. Товарный знак охраняется в отношении товаров 33 класса МКТУ.

- товарный знак по свидетельству №270593 [10], представляющий собой словосочетание «Просто возьми с собой», выполненное стандартным шрифтом строчными с первой заглавной буквами русского алфавита. Товарный знак охраняется в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ.

В результате сравнительного анализа на тождество и сходство, а также на однородность товаров, в отношении которых испрашивается регистрация заявленного обозначения, с противопоставленными товарными знаками [1] – [10], было установлено следующее.

При оценке сходства комбинированных обозначений определяется сходство как всего обозначения в целом, так и его составляющих элементов с учетом значимости положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении. При сравнении комбинированных обозначений, содержащих неохраняемые элементы, оценка их сходства также должна производиться на основе общего зрительного впечатления, формируемого, в том числе благодаря неохраняемым элементам.

Сравнение заявленного комбинированного обозначения с противопоставленными товарными знаками [2] - [7], [9] выявило наличие в них фонетически и семантически тождественного словесного элемента «DRIVE».

Согласно словарно-справочным данным ([22], Новый англо-русский словарь, В.К. Мюллер, Москва, Русский язык, 1990, с.220) слово «DRIVE» является лексической единицей английского языка и переводится на русский язык как существительные - езда, катание, прогулка, большая энергия, напористость, побуждение, стимул, тенденция, дорога, удар, атака, преследование спешка, гонка, стремление; как глагол - гнать, вынуждать, приводить, переутомлять, управлять, везти, ехать, править, вбивать, проводить, проходить, совершать и т.д., то есть это слово является полисемичным, вследствие чего его смысловое значение может меняться в зависимости от значения других слов, с которыми оно используется в предложениях или в словосочетаниях. Эта способность определяет большое

количество товарных знаков [25], [32], в составе которых встречается слово drive, в том числе знаков, правообладателем которых является заявитель [40].

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что словесный элемент «DRIVE» обладает слабой различительной способностью, в силу чего его наличие в заявленном обозначении и противопоставленных товарных знаках не является основанием для признания их сходными. Кроме того, в заявленном обозначении и противопоставленных комбинированных товарных знаках [3] - [7] словесные элементы «DRIVE» не занимают доминирующего положения, и, помимо них, в знаках присутствуют изобразительные и словесные элементы, в том числе неохраняемые, используется различное цветовое сочетание, что формирует у потребителя разное общее зрительное впечатление от их восприятия.

Коллегия отмечает, что правовая оценка слабости словесного элемента «DRIVE» и отсутствие у него достаточной различительной способности была дана Арбитражным судом города Москвы по делу №А40-62615/13.

Что касается сходства заявленного обозначения с противопоставленным словесным товарным знаком «DRIVE» [2], то оно уже исследовалось Арбитражным судом Новосибирской области [38]. Так, в решении суда от 23.03.2015, принятом по делу №А45-18308/2014, отмечено, что «...элемент «DRIVE»/»ДРАЙВ» используется в наименованиях однородных товаров рядом производителей, работающих на одном рынке и являющихся конкурентами, однако присутствие одинакового слова не вызывает смешения товарных знаков в сознании потребителей, не нарушает прав компаний и не наносит ущерба их коммерческим интересам. Обозначения производят разное впечатление, ... благодаря присутствию в их составе других элементов, придающих знакам различительную способность».

Таким образом, с учетом вышеизложенного можно сделать вывод об отсутствии сходства заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками [2] - [7], [9], включающими словесный элемент «DRIVE».

При сравнительном анализе заявленного комбинированного обозначения с противопоставленными словесными товарными знаками [1], [8], включающими словесный элемент «ДРАЙВ», также следует учитывать его слабую

различительную способность, в силу чего присутствие в заявленном обозначении фонетически сходного словесного элемента «DRIVE», не занимающего доминирующего положения, не дает оснований для вывода об их сходстве, поскольку, как указано выше, они производят на потребителя различное общее зрительное впечатление, за счет присутствия в заявленном обозначении дополнительных словесных и изобразительных элементов. Комбинация словесных элементов и использование цветовой гаммы дополнительно усиливает различительную способность заявленного обозначения в качестве товарного знака заявителя, при этом отдельные элементы заявленного обозначения зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении тех же товаров и услуг, для которых испрашивается регистрация товарного знака («DRIVE Café» - свидетельства №№ 526207, 526208, 522975, 526397; «Возьми с собой» - свидетельства №№ 520569, 520070).

Сравнительный анализ заявленного обозначения, включающего словесные элементы «Возьми с собой», и противопоставленного словесного товарного знака «ПРОСТО ВОЗЬМИ С СОБОЙ» [10] показал следующее.

Несмотря на фонетическое вхождение словесных элементов «Возьми с собой» в состав противопоставленного словесного товарного знака [10], коллегия не может сделать обоснованный вывод о сходстве заявленного обозначения с противопоставленным товарным знаком, поскольку в составе заявленного обозначения сходные элементы не занимают доминирующего положения. Кроме того, эти элементы являются слабыми и не могут выполнять индивидуализирующую функцию в составе заявленного обозначения, так как широко используются в качестве определенного формата реализации продукции в торговых точках, включая магазины и предприятия общественного питания (концепция еды на вынос).

Заявитель представил материалы [13] – [14], [19], из которых следует, что словосочетание «Возьми с собой» используется различными предприятиями общественного питания на упаковке продуктов, предназначенных на вынос, в рекламе этих предприятий в качестве определенного типа, формата, концепции организации торговли продуктами питания, блюдами и напитками, такими как

блины, суши, роллы, пицца, пельмени, выпечка, кондитерские изделия, кофе, чай, пиво и т.д., а также в текстах, посвященных организации торговли пищевыми продуктами и общественному питанию.

Следует отметить, что словесные элементы «Возьми с собой» включены в состав зарегистрированных товарных знаков заявителя по свидетельствам №№520569, 520070 в качестве неохраняемых элементов.

В целом заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак [10] производят на потребителя различное общее зрительное впечатление, что определяет отсутствие между ними сходства.

Вывод об отсутствии сходства между сравниваемыми обозначениями подтвержден представленными социологическими исследованиями [17], [20], [37], [39], [41], согласно которым заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки не вызывают в сознании потребителя сходных ассоциаций.

Анализ однородности товаров 29, 30, 32 классов МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака, и товаров 29, 30, 33 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки, показал принадлежность их к одинаковым родовым группам товаров, имеющих одно назначение и круг потребителей. Довод заявителя о различных каналах сбыта этих товаров, который базируется на том, что товары заявителя реализуются исключительно через сеть его собственных магазинов и кафе, расположенных на АЗС «Газпромнефть», не является убедительным для вывода об отсутствии однородности сравниваемых товаров, поскольку основными признаками для установления однородности товаров являются род (вид) товаров, назначение товаров и вид материала, из которого изготовлены товары.

Однако, принимая во внимание вывод об отсутствии сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками [1] – [10], отсутствует вероятность их смешения даже в отношении однородных товаров.

Коллегия также приняла во внимание тот факт, что заявленное обозначение реально используется заявителем для маркировки заявленных товаров и услуг [12], [18], при этом заявитель вложил существенные средства в продвижение товаров,

маркированных заявленным обозначением [26],[41], в результате чего в сознании потребителя возникла устойчивая ассоциативная связь между товарами, маркированными заявленным обозначением, и заявителем, что подтверждается представленными социологическими исследованиями.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 29.01.2015, изменить решение
Роспатента от 27.11.2014 и зарегистрировать товарный знак по заявке
№2012743682.**