

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261, рассмотрела поступившее 16.04.2026 возражение Общества с ограниченной ответственностью «ХЛЕББЕРИ», Республика Мордовия (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024814686 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Обозначение по заявке № 2024814686 было заявлено на государственную регистрацию в качестве товарного знака с приоритетом от 04.10.2024 на имя заявителя в отношении товаров 29, 30 и услуг 35, 43 классов МКТУ.

Согласно материалам заявки заявленное обозначение представляет собой



комбинированное обозначение .

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 12.02.2026 о государственной регистрации товарного знака. Отказ в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении части приведенных в заявке товаров 30 и услуг 35, 43 классов МКТУ мотивирован в заключении по результатам экспертизы несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками



по свидетельству № 677258 и по свидетельству № 1143046, охраняемыми на имя другого лица и имеющими более ранние приоритеты, в отношении части приведенных в заявке товаров 30 и услуг 35, 43 классов МКТУ, однородных товарам 30 и услугам 35 классов МКТУ противопоставленных регистраций товарных знаков.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 16.04.2026 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 12.02.2026.

Доводы возражения по своему существу сводятся только лишь к тому, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки не являются сходными до степени смешения, так как они имеют между собой отдельные различия по фонетическому и визуальному критериям сходства обозначений (разные количества слов, слогов, звуков и букв, разные составы звуков и букв), но лишь за счет наличия в противопоставленных товарных знаках неохраняемого словесного элемента «пекарня», отсутствующего в заявленном обозначении, а также различаются своими цветовыми и шрифтовыми исполнениями и внешними формами изобразительных элементов.

Кроме того, заявитель отмечает наличие у него фактической деятельности по производству и продаже в розницу пищевых продуктов – хлебобулочных, мучных и кондитерских изделий, ссылаясь только лишь на приложенные к возражению выписку из Единого государственного реестра юридических лиц со сведениями о нем как юридическом лице (далее – [1]) и несколько скриншотов страниц в сети Интернет, в том числе социальных сетей (далее – [2]), а также наличие у него фирменного наименования с отличительной частью «ХЛЕББЕРИ».

На основании изложенного в возражении заявителем была выражена просьба об изменении решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех приведенных в заявке товаров и услуг.

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

С учетом даты подачи заявки (04.10.2024) правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с абзацем 1 и подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 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 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 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов. 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).

Заявленное обозначение представляет собой комбинированное



обозначение, в котором доминирует, акцентируя на себе особое внимание, и несет основную индивидуализирующую нагрузку словесный элемент «ХЛЕББЕРИ», выполненный стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита черного цвета, так как он занимает бо́льшую часть пространства и запоминается легче, чем изобразительный элемент в виде желтого квадрата со скругленными углами и помещенным в него белым овалом.

Следовательно, именно словесный элемент «ХЛЕББЕРИ», явным образом доминирующий и несущий основную индивидуализирующую нагрузку в этом обозначении, и подлежит, прежде всего, сравнению с противопоставленными товарными знаками.

Предоставление правовой охраны заявленному обозначению в качестве товарного знака с приоритетом от 04.10.2024 испрашивается, в частности, в отношении товаров 30 и услуг 35, 43 классов МКТУ.



Противопоставленные товарные знаки по свидетельству № 677258 с более ранним приоритетом от 17.01.2018 и



по свидетельству № 1143046 с более ранним приоритетом от 19.07.2024, охраняемыми на имя другого лица, представляют собой комбинированные обозначения, в которых доминируют, акцентируя на себе особое внимание, и несут основную индивидуализирующую нагрузку словесные элементы «ХлебБери», выполненные шрифтом, близким к стандартному, заглавными и строчными буквами русского алфавита коричневого цвета, так как они занимают центральные положения, выполнены более крупным шрифтом, чем иные словесные элементы «пекарня», и запоминаются легче, чем изобразительные элементы в виде прямоугольников оранжевого цвета и комбинации двух полуovalов коричневого цвета, играющие второстепенную роль, служа лишь фоном либо декоративным оформлением, собственно, для доминирующих словесных элементов «ХлебБери».

В этой связи важно отметить то, что словесные элементы «пекарня», согласно сведениям о данных регистрациях противопоставленных товарных знаков, являются всего лишь неохраняемыми элементами и не занимают в этих товарных знаках доминирующих положений ни пространственно, ни логически, то есть они, вопреки доводам заявителя в возражении, являются исключительно слабыми — никак не способны выполнять индивидуализирующую функцию.

При этом вышеуказанные словесные элементы «ХлебБери» и «пекарня», вопреки доводам заявителя в возражении, не имеют между собой никакой

грамматической и семантической взаимосвязи по правилам русского языка и не образуют какой-либо единой (неделимой) словесной конструкции с новым смысловым значением.

Следовательно, только лишь словесный элемент **«ХлеББери»**, явным образом доминирующий и несущий основную индивидуализирующую нагрузку в противопоставленных товарных знаках, и подлежит, прежде всего, сравнению с заявленным обозначением.

Так, при определении сходства обозначений исследуется и учитывается значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом (см. пункт 44 Правил). При этом пунктом 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» предписано учитывать, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Данные противопоставленные товарные знаки охраняются, в частности, в отношении товаров 30 и услуг 35 классов МКТУ.

С учетом вышеотмеченных обстоятельств сопоставительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков показал, что они ассоциируются друг с другом в целом, собственно, в силу фонетического тождества (совпадения всех звуков) словесных элементов (**«ХЛЕББЕРИ»** – **«ХлеББери»**), доминирующих и несущих основную индивидуализирующую нагрузку в составах сравниваемых комбинированных обозначений.

В свою очередь, некоторые действительно имеющиеся у сравниваемых знаков, а именно лишь за счет наличия в составах противопоставленных товарных знаков неохраяемого словесного элемента **«пекарня»**, отсутствующего в заявленном обозначении, отличия по фонетическому и визуальному критериям сходства обозначений (разные количества слов, слогов, звуков и букв, разные составы звуков и букв), а также еще и по цветовым и шрифтовым их исполнениям и по внешним формам изобразительных

элементов, играют всего лишь второстепенную роль при восприятии этих знаков в целом.

При сравнительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков коллегия исходила из того, что решающее значение при их восприятии имеет именно фонетический фактор, на основе которого и было установлено их сходство в целом за счет фонетического тождества соответствующих доминирующих слов, несущих в них основную индивидуализирующую нагрузку. Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (см. пункты 42 и 43 Правил).

Изложенные выше обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что сравниваемые знаки, несмотря на их отдельные отличия, ассоциируются друг с другом в целом и, следовательно, являются сходными.

При этом отмеченное выше наличие фонетического тождества у доминирующих, несущих в сравниваемых знаках основную индивидуализирующую нагрузку, соответствующих слов обуславливает вывод о высокой степени сходства данных знаков в целом.

В этой связи необходимо отметить, что вероятность смешения на рынке товаров и услуг, индивидуализируемых сравниваемыми знаками, значительно увеличивается в силу вышеотмеченной высокой степени их сходства, ввиду чего диапазон товаров и услуг, подлежащих признанию в качестве однородных, обязательно расширяется.

Отсюда следует, что для признания сравниваемых товаров и услуг однородными при наличии такой высокой степени опасности их смешения уже достаточно совпадения у них всего лишь одного или нескольких отдельных доминирующих основных признаков, определяющих соответствующие критерии однородности товаров и услуг, за счет наличия которых эти товары и услуги могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику

происхождения. Совпадения признаков по всем возможным критериям для вывода об однородности товаров не требуется.

Так, с учетом вышеизложенных обстоятельств все товары 30 класса МКТУ, для которых было отказано в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, с одной стороны, и все товары 30 класса МКТУ в перечнях товаров и услуг противопоставленных регистраций товарных знаков по свидетельствам №№ 677258 и 1143046, с другой стороны, либо совпадают друг с другом, либо соотносятся между собой как вид-род (соответствующие видовые наименования товаров относятся к родовым наименованиям – к «кондитерским изделиям» или «хлебобулочным изделиям»), либо представляют собой различные виды кондитерских или хлебобулочных изделий, которые относятся к одним и тем же их общим родовым группам («кондитерские изделия» или «хлебобулочные изделия»), что позволяет прийти к выводу об их однородности в рамках соответствующих определенных родовых групп товаров 30 класса МКТУ.

В свою очередь, услуги 35 класса МКТУ «услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями», приведенные в заявке, с одной стороны, и услуги 35 класса МКТУ «услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями», для которых охраняется противопоставленный товарный знак по свидетельству № 1143046, с другой стороны, также совпадают друг с другом, то есть являются однородными.

Кроме того, услуги 43 класса МКТУ «пекарни [услуги по обеспечению пищевыми продуктами]», приведенные в заявке, с одной стороны, и услуги 35 класса МКТУ «услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями», для которых охраняется противопоставленный товарный знак по свидетельству № 1143046, с другой стороны, также являются однородными, поскольку они относятся к одной и той же общей родовой группе услуг (услуги по обеспечению пищевыми продуктами), причем имеют одинаковое назначение (реализация товаров) и одинаковую область применения (в отношении

хлебобулочных изделий, выпекаемых, собственно, пекарнями), а также один и тот же круг потребителей (потребители хлебобулочных изделий).

В этой связи важно отметить, что выводы экспертизы об однородности соответствующих товаров и услуг, для которых предназначены сравниваемые знаки, заявителем в возражении никак не оспаривался.

Исходя из изложенных выше обстоятельств и, как уже отмечалось выше, высокой степени сходства сравниваемых знаков, коллегия в результате сопоставления соответствующих перечней товаров и услуг усматривает наличие принципиальной возможности возникновения у потребителей представления о принадлежности вышеуказанных (однородных) товаров 30 и услуг 35, 43 классов МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (сходные) знаки, одному изготовителю товаров. Следовательно, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки являются сходными до степени смешения в отношении соответствующих однородных товаров и услуг.

Что касается доводов возражения о наличии у заявителя фактической деятельности по производству и продаже в розницу пищевых продуктов – хлебобулочных, мучных и кондитерских изделий, то следует отметить, что согласно положениям пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» такие дополнительные обстоятельства, как наличие у заявленного обозначения высокой различительной способности в результате приобретения им известности и узнаваемости среди потребителей как средства индивидуализации товаров и услуг заявителя, действительно могут быть приняты во внимание при определении вероятности смешения сравниваемых обозначений, но только лишь при обязательном наличии соответствующих доказательств.

Однако такие доказательства заявителем вовсе не представлены.

Так, приложенная к возражению выписка из Единого государственного реестра юридических лиц [1] содержит только лишь регистрационные сведения

о заявителе как юридическом лице и указания на декларируемые им виды своей экономической деятельности, собственно, без каких-либо обязательств их реального осуществления и без каких-либо сведений об объемах производства и реализации им тех или иных своих товаров и услуг и их продвижения под заявленным обозначением, о географии их распространения на территории Российской Федерации и длительности использования, как обуславливающих ту или иную определенную степень известности и узнаваемости среди потребителей именно заявленного обозначения.

Какие-либо результаты социологических опросов им также не представлялись.

Кроме того, всего лишь несколько представленных скриншотов страниц в сети Интернет, в том числе социальных сетей [2], никак не позволяют прийти к выводу о том, что производителем изображенной на них или упоминаемой в них продукции является именно заявитель, которого можно было бы идентифицировать, например, по его конкретному почтовому адресу либо по определенному номеру ОГРН и т.п., и данные скриншоты также не содержат какие-либо сведения об объемах производства и реализации заявителем товаров и услуг и их продвижения под заявленным обозначением, о географии их распространения на территории Российской Федерации и длительности использования.

Таким образом, доводы заявителя в возражении носят исключительно декларативный и бездоказательный характер.

Относительно довода заявителя о наличии у него фирменного наименования с отличительной частью «ХЛЕББЕРИ» необходимо отметить то, что факт наличия у заявителя права на соответствующее фирменное наименование не имеет никакого отношения к вопросу о сходстве сравниваемых знаков, так как фирменное наименование и товарный знак представляют собой разные средства индивидуализации, которые выполняют разные функции, регулируются разными институтами права, и к ним предъявляются, соответственно, разные требования. Факт наличия того или

иногo словесного элемента в составе фирменного наименования юридического лица не является основанием для государственной регистрации на его имя товарного знака, содержащего такой словесный элемент.

Таким образом, доводы заявителя в возражении никак не опровергают вывод о сходстве до степени смешения в отношении однородных товаров и услуг заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков.

Принимая во внимание указанные выше обстоятельства, коллегия не располагает какими-либо основаниями, опровергающими вывод экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении соответствующей части товаров 30 и услуг 35, 43 классов МКТУ.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 16.04.2026, оставить в силе решение Роспатента от 12.02.2026.