

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 31.03.2025, поданное Индивидуальным предпринимателем Рамазановым Имаметдином Рамазановичем, с. Сабнова, Республика Дагестан (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023814314, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «  » по заявке №2023814314 подано 21.11.2023 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 09.12.2024 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ, основанное на

заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 3, пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается тем, что заявленное обозначение «MINICCO» воспроизводит обозначение (в том числе и графически), используемое иностранной компанией «ANL Gıda San. ve Tic. Ltd Şti.», Турция для маркировки товаров однородных заявленным товарам. Компания «ANL Gıda», созданная в 2005 году, имеет широкую дилерскую сеть по всему миру, для маркировки и реализации кондитерских изделий, продукция которых реализуется на территории России разными лицами (см. Интернет, <https://kuper.ru/globushm/vafel-nyy-rozhok-minicco-s-orehovym-kremom-molochnym-shokoladom-drazhe-100-g>, <https://www.sweets-import.ru/brands/anl>, <https://www.sima-land.ru/9784136/vafelnyy-rozhok-minicco-cornet-peanut-molochnyy-shokolad-arahis-25-g/>, <https://sweetopt24.ru/product/shok-desert-v-vafelnom-rozhke-minico-cornet-hazelnut-25gr/>, <https://www.anlgida.com.tr/minicco/>, <https://beerkontora.ru/product/zhevatelnyy-marmelad-minicco-fruktovoe-assorti-200g>, <https://carabus-moscow.com/catalog/vafli/vafelnyy-rozhok-minicco-s-klubnichnym-i-slivochnym-kremom-i-drazhe-100-gr/>, <https://turkanafood.com/brand/anl/>, <https://www.europages.info/ANL-GIDA/00000003974461-244931001.html>). При этом в материалах заявки отсутствует документальное подтверждение связи между заявителем (Рамазанов Имамеддин Рамазанович, Республика Дагестан) и компанией «ANL Gıda».

Таким образом, заявленное обозначение на имя заявителя не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг на основании положения, предусмотренного пункта 3 статьи 1483 Кодекса, так как способно ввести потребителя в заблуждение в отношении изготовителя товаров/лица оказывающего услуги.

Кроме того, установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком «МИНИКИ» (номер свидетельства 612074 с приоритетом от 23.01.2015), зарегистрированным на имя Общество с ограниченной ответственностью «Фабрика полуфабрикатов «Вдоволь», 655015, Республика Хакасия, г.о. г. Абакан, г. Абакан, ул. Буденного, д. 118, стр. 1, в отношении товаров

29 класса, однородных заявленным товарам 29 класса на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении от 31.03.2025 заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- не во все указанных экспертизой ссылках идёт речь о товаре с товарным знаком «MINICCO» в том виде, как он заявлен (какие-то ссылки открываются, какие-то нет, в каких-то вообще нет заявленного обозначения, в какой-то он не схож с заявленным),

- нет официальных документов, подтверждающих факт связи турецкой компании «ANL Gida» с указанными производителями, экспертизой не предоставлено официального подтверждения связей этих ссылок с данной компанией,

- в сети Интернет отсутствует информация об известности турецкой компании «ANL Gida» в России,

- звуковое сходство сравниваемых обозначений частичное, в заявленном обозначении окончание звучит протяжно с двумя буквами «КК» и буквой «О» на конце и в целом придает другое звучание по сравнению с противопоставленным товарным знаком,

- словесная часть заявленного обозначения больше напоминает графическую (изобразительную) в отличие от противопоставленного экспертизой товарного знака, где однозначно присутствует словесный элемент,

- в заявленном товарном знаке присутствует оригинальная графическая часть, а в противопоставленном товарном знаке графика отсутствует,

- товарные знаки существенно отличны, выборки из классов 29 и 30 МКТУ не однородны.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать обозначение по заявке №2023814314 в отношении заявленных товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ.

На заседании, состоявшемся 01.07.2025, коллегией материалы дела были дополнены сведениями из сети Интернет, в частности, страницей с сайта <https://anlgida.com.tr/minicco/> [1].

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (21.11.2023) поступления заявки №2023814314 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 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.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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.

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.

Исходя из требований абзаца 5 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком другого лица, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

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.

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 положениями 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 одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Согласно пункту 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 пунктах 42 и 43 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 на регистрацию в качестве товарного знака обозначение «» является комбинированным, включает словесный элемент «MINICCO», выполненный буквами латинского алфавита оригинальным шрифтом, и изобразительный элемент в виде двух объемных шаров, выполненных на фиолетовом фоне. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ.

Экспертизой было установлено, что заявленное обозначение (в том числе и графическая часть) воспроизводит обозначение, используемое турецкой компанией «ANL Gida San. Ve Tic. Ltd Şti.», Турция, см. <https://anlgida.com.tr/minicco/> [1], для индивидуализации товаров, однородных заявленным, в связи с чем регистрация заявленного обозначения на имя заявителя будет вводить потребителя в заблуждение относительно производителя товаров на основании подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Анализ обозначения по заявке №2023814314 на соответствие требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

При проведении экспертизы заявленного обозначения могут быть учтены сведения, полученные из различных источников информации, доступных широкому кругу потребителей. В настоящее время самым востребованным и наиболее доступным источником информации являются информационные ресурсы сети Интернет, позволяющие анализировать получаемую информацию в режиме реального времени. При проведении анализа заявленного обозначения (и его элементов) с целью выявления ложных и (или) способных ввести в заблуждение элементов учитывается информация, содержащаяся в толковых, энциклопедических, специальных словарях и иной литературе, в том числе в сети Интернет.

Интернет, являясь глобальной информационной сетью, в настоящее время является источником информации, доступным широкому кругу потребителей, из

которого потребитель может получить сведения об интересующих его товарах, услугах и их производителях.

Источники сети Интернет, приведенные экспертизой, в частности,

<https://kuper.ru/globushm/vafel-nyy-rozhok-minicco-s-orehovym-kremom-molochnym-shokoladom-drazhe-100-g> (в настоящий момент не активна),

<https://www.sweets-import.ru/brands/anl> (в настоящий момент не активна),

<https://www.sima-land.ru/9784136/vafelnyy-rozhok-minicco-cornet-peanut-molochnyy-shokolad-arahis-25-g/>,

<https://sweetopt24.ru/product/shok-desert-v-vafelnom-rozhke-minico-cornet-hazelnut-25gr/> (в настоящий момент не активна),

<https://www.anlgida.com.tr/minicco/>,

<https://beerkontora.ru/product/zhevatelnyy-marmelad-minicco-fruktovoe-assorti-200g>,

<https://carabus-moscow.com/catalog/vafli/vafelnyy-rozhok-minicco-s-klubnichnym-i-slivochnym-kremom-i-drazhe-100-gr/> (в настоящий момент не активна),

<https://turkanafood.com/brand/anl/>,

<https://www.europages.info/ANL-GIDA/00000003974461-244931001.html> (в

настоящий момент не активна), свидетельствуют о присутствии в сети Интернет



сведений об обозначении «», используемое компанией «ANL Gida San. Ve Tic. Ltd Şti.», Турция.

Из приведенных в оспариваемом решении Интернет-ссылок следует, что основанная в 2005 году компания производит кондитерские изделия, продукция которой представлена, в том числе, в Российской Федерации.

Компанией «ANL Gida San. Ve Tic. Ltd Şti.» в линейке под маркой «MINICCO» выпускаются такие виды кондитерских изделий как жевательные конфеты (мармелад) с различными вкусами, вафельные рожки шоколадные.



Обозначение «», представленное на сайте компании «ANL Gida San.



Ve Tic. Ltd Şti.», полностью совпадает с заявленным обозначением «».

Вместе с тем в представленном заявителем возражении отсутствует какая-либо информация о деятельности самого заявителя – Индивидуального предпринимателя Рамазанова Имаметдина Рамазановича под заявленным обозначением, а также отсутствует документальное подтверждение связи между заявителем и турецкой компанией.

Таким образом, коллегия делает вывод, что заявленное обозначение и  обозначение «», используемое до даты приоритета заявленного обозначения компанией «ANL Gida San. Ve Tic. Ltd Şti.», сведения о которой обнаружены в сети Интернет, являются тождественными.

Также коллегия сопоставила информацию о деятельности компании «ANL Gida San. Ve Tic. Ltd Şti.» с товарами и услугами 29, 30, 35 классов МКТУ заявленного обозначения, в отношении которых испрашивается предоставление правовой охраны.

Так, деятельность компании «ANL Gida San. Ve Tic. Ltd Şti.» относится к производству кондитерской продукции (конфеты). Согласно МКТУ кондитерская продукция относится к 30 классу.

Таким образом, испрашиваемые товары 29, 30 классов МКТУ *«мармелад [варенье фруктовое], конфеты лакричные [кондитерские изделия]; конфеты мятные; конфеты мятные для освежения дыхания; конфеты шоколадные с ликером»* соотносятся с деятельностью компании «ANL Gida San. Ve Tic. Ltd Şti.», сведения о которой обнаружены в сети до даты приоритета заявленного обозначения. Сравниваемые товары соотносятся друг с другом по родовому/видовому признаку, имеют сходное назначение и круг потребителей.

Кроме того, испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ *«демонстрация товаров; изучение рынка; исследования маркетинговые; маркетинг; обновление и поддержка*

информации в электронных базах данных; организация торговых ярмарок; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; распространение образцов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по исследованию рынка; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]», относящиеся к категории снабженческих услуг, также соотносятся с деятельностью компании «ANL Gida San. Ve Tic. Ltd Şti.», сведения о которой обнаружены в сети до даты приоритета заявленного обозначения, что обуславливает вероятность смешения сопоставляемых знаков в гражданском обороте.

С учетом вышеизложенного коллегия приходит к выводу, что регистрация на имя заявителя заявленного обозначения в отношении испрашиваемых товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ способна ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров и лица, оказывающего услуги, так как установлено, что данное обозначение в течение периода времени, предшествующего дате подачи заявки, использовалось другим лицом. Следовательно, имеются основания для вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса для товаров 29, 30, 35 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленный товарный знак «МИНИКИ» представляет собой словесное обозначение по свидетельству №612074, выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ.

Следует отметить, что словесная часть заявленного обозначения представляет собой слово «MINISCO», транслитерация на русский язык (как указывает сам заявитель в описании заявленного обозначения) – «МИНИККО».

С точки зрения фонетического критерия сходства сравниваемые словесные элементы «MINICCO» [М И Н И К К О] и «МИНИКИ» [М I N I К I] являются сходными, поскольку начальные пять звуков «М I N I С» (М И Н И К) заявленного обозначения полностью совпадают с пятью начальными звуками противопоставленного товарного знака «МИНИКИ». Сравнимые знаки при произношении имеют близкое фонетическое звучание, отличаясь лишь конечными буквами «О» / «И», при этом наличие задвоенной буквы «С» [К] и прочтение заявленного обозначения как «МИНИККО» не приводит к отсутствию фонетического сходства с противопоставленным товарным знаком, ввиду совпадения звуков и звукосочетаний, их места в составе обозначений, то есть на основании фонетического сходства словесных элементов «MINICCO» [М И Н И К К О] и «МИНИКИ».

Словесный элемент «MINICCO» заявленного обозначения не имеет перевода в каком-либо из языков, являясь, таким образом, фантазийным обозначением. В этой связи анализ сходства по семантическому критерию не может быть применен.

В отношении визуального критерия сходства коллегия отмечает, что написание заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака буквами разных алфавитов, тем не менее, не влияет на вывод об отсутствии сходства между сравниваемыми обозначениями, поскольку определяющее значение в данном случае имеет установленное фонетическое сходство словесных элементов «MINICCO» [М И Н И К К О] и «МИНИКИ».

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак являются сходными, поскольку ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении следующих товаров 29, 30, 35 классов МКТУ:

29 - мармелад [варенье фруктовое].

30 - конфеты лакричные [кондитерские изделия]; конфеты мятные; конфеты мятные для освежения дыхания; конфеты шоколадные с ликером.

35 - демонстрация товаров; изучение рынка; исследования маркетинговые; маркетинг; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; организация торговых ярмарок; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; распространение образцов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по исследованию рынка; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами].

Правовая охрана противопоставленному товарному знаку предоставлена в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ.

Сравнительный анализ заявленного перечня товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ и товаров 29, 30 классов МКТУ, указанных в перечне противопоставленного товарного знака, выявил наличие следующих однородных позиций: товары 29 класса МКТУ «*мармелад [варенье фруктовое]*» заявленного обозначения и товары 29 класса МКТУ «фрукты, подвергнутые тепловой обработке и термообработке; блюда готовые пищевые, изготовленные из пищевых продуктов, включенных в 29 класс» противопоставленного товарного знака относятся к одной родовой группе товаров «фрукты и ягоды обработанные», имеют один круг потребителей, назначение, каналы реализации, ввиду чего признаны однородными.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленным товарным знаком в отношении однородных товаров 29 класса МКТУ и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 31.03.2025, оставить в силе решение Роспатента от 09.12.2024.