

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 18.02.2026, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «МегаМаркет», Белгородская обл., г. Белгород (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1170379, при этом установлено следующее.

Регистрация словесного товарного знака «**Соляныч**» по свидетельству №1170379 с приоритетом от 18.08.2025 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 01.12.2025 по заявке №2025787819 на имя Маркарян Елены Александровны, г. Белгород (далее – правообладатель), в отношении товаров 01, 03 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 18.02.2026, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №1170379 произведена с нарушением требований пунктов 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с товарным знаком «СОЛЯНКА» по свидетельству №1102301, правовая охрана которому предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ, принадлежащему лицу, подавшему возражение;

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с товарным знаком лица, подавшего возражение, поскольку характеризуются фонетическим, визуальным и семантическим сходством;

- сравниваемые обозначения имеют идентичные идеи, заложенные в понятия, а именно, оба товарных знака используются для индивидуализации товаров - чистящих средств;

- название «солянка» для концентрированного химического средства на основе щелочи (чаще всего гидроксида натрия) и иногда с добавлением хлорсодержащих компонентов происходит от старинного бытового термина «солянка», который обозначал смесь, способную растворить даже самые стойкие отложения;

- слово «Соляныч» является производным от слова «Солянка»;

- ООО «МегаМаркет» использует товарный знак «Солянка» для индивидуализации товара «чистящее средство для унитаза и ванной», реализуемого через торговые площадки (маркетплейсы) «Ozon» (ООО «Интернет решения») и «Widberries» (ООО «РВБ»);

- Маркарян Елена Александровна через ООО «ТОРГПЛЮС», единственным учредителем и директором которого является, так же осуществляет продажу аналогичного товара «чистящее средство для унитаза», также через «Ozon» и «Widberries»;

- подтверждением возникновения у потребителей ассоциаций обозначения «Солянка» и сходных и ним, в том и числе и «Соляныч», с товарами лица, подавшего возражение, является то, что товар лица, подавшего возражение, за четыре года продажи стал известен потребителям;

- лицом, подавшим возражение, была направлена досудебная претензия правообладателю оспариваемого товарного знака с требованием о прекращении

использования на сайте «Widberries», для индивидуализации своих товаров, товарных знаков, сходных с товарным знаком лица, подавшего возражение;

- Маркарян Елена Александровна знала об использовании сходного до степени смешения обозначения в хозяйственной деятельности иным лицом. Данные действия правообладателя не являются обычной деловой практикой и нарушают права лица, подавшего возражение;

- товары, которые реализует лицо, подавшее возражение, являются однородными товарам и услугам оспариваемого товарного знака.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1170379 недействительным полностью.

С возражением были представлены следующие материалы:

1. Копия свидетельства на товарный знак заявителя №1102301;
2. Копия выписки ЕГРЮЛ в отношении заявителя;
3. Копия выписки ЕГРЮЛ в отношении ООО «ТОРГПЛЮС»;
4. Копия претензии, направленной заявителем в ООО «ВБ» в отношении незаконного использования товарного знака;
5. Копия ответа ООО «ТОРГПЛЮС» на претензию заявителя;
6. Скриншоты с сайта маркетплейса «Widberries» в отношении товаров заявителя;
7. Скриншоты с сайта маркетплейса «Widberries» в отношении товаров Маркарян Елены Александровны.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил отзыв по мотивам возражения, доводы которого сводятся к следующему:

- сравнительный анализ оспариваемого обозначения и противопоставленного товарного знака показал, что сравниваемые товарные знаки не являются сходными до степени смешения, поскольку имеют ряд существенных отличий по фонетическому, графическому и семантическому критериям сходства;

- товары 01 класса МКТУ (неорганические химические вещества) оспариваемого товарного знака и товары 03 класса МКТУ (бытовая химия и

косметика) противопоставленного товарного знака не являются однородными;

- услуги 35 класса МКТУ (продвижение продаж для третьих лиц, розничная и оптовая торговля, услуги по размещению товаров в интернет-магазинах) оспариваемого товарного знака не являются идентичными товарам 03 класса МКТУ противопоставленного товарного знака. Однородность между услугами 35 класса МКТУ и товарами производителя не является очевидной и требует доказывания.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения, поступившего 18.02.2026 и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №1170379.

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

С учетом даты приоритета товарного знака (18.08.2025) правовая база для рассмотрения заявления 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 июля 2015 г. №482 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 1 - 5, 8 и 9 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Согласно положению пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарного знака обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя учитывается, что 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.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, в частности, предусмотренным подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса может быть подано заинтересованным лицом.

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.

Регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в настоящем пункте, допускается только с согласия правообладателя.

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. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

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) 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 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).

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №1170379 представляет собой словесное обозначение «**Соляныч**», выполненное стандартным шрифтом

буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 01, 03 и услуг 35 классов МКТУ.

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительной предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Обосновывая свою заинтересованность при подаче настоящего возражения ООО «МегаМаркет» ссылается на возможность введения потребителей в заблуждение относительно производителя товаров, маркированных обозначением «Соляныч», поскольку им осуществляется хозяйственная деятельность с использованием сходного обозначения в области производства чистящих средств, что соотносится с товарами 01, 03 и услугами 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака.

Также, лицу, подавшему возражение, принадлежат исключительные права на товарный знак «СОЛЯНКА» по свидетельству №1102301, правовая охрана которому предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ.

В связи с этим ООО «МегаМаркет» признано заинтересованным лицом в подаче возражения по основаниям, предусмотренным пунктами 3, 6 статьи 1483 Кодекса в отношении товаров и услуг 03, 05, 35 классов МКТУ.

Относительно доводов лица, подавшего возражение, о том, что регистрация оспариваемого товарного знака по свидетельству №1170379 произведена с нарушением положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №1170379 сам по себе не может вводить потребителя в заблуждение ни относительно товаров, ни относительно места производства товаров, кроме того, он не несет в себе информации относительно изготовителя.

Способность введения потребителей в заблуждение, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и его изготовителе. Такая способность может возникнуть в результате ассоциаций с

иным производителем или свойством товара, основанных на предшествующем опыте.

Однако, документов, подтверждающих факт того, что потребители принимают продукцию, маркированную оспариваемым товарным знаком, за продукцию лица, подавшего возражение, не представлено.

Лицом, подавшим возражение, не показано, что до даты приоритета оспариваемого товарного знака данное лицо осуществляло свою деятельность в сфере производства товаров 01, 03 и оказания услуг 35 классов МКТУ под обозначением сходным с оспариваемым товарным знаком.

Так, документов, подтверждающих факт того, что потребители смешивают товары и услуги, маркированные оспариваемым товарным знаком, с товарами и услугами лица, подавшего возражение, не представлено, поскольку представленные документы не показывают территорию распространения товаров и оказания услуг; объемы затрат на рекламу, а также сведения об информированности потребителя о товарах и услугах, производимых и оказываемых лицом, подавшим возражение, маркированных обозначением сходным с оспариваемым товарным знаком, в связи с чем не могут свидетельствовать о том, что при восприятии оспариваемого обозначения потребитель будет ассоциировать товары и услуги, маркированные таким обозначением, с лицом, подавшим возражение.

Лицом, подавшим возражение, указывается на то, что его продукция является очень известной на территории Российской Федерации, однако документов подтверждающих известность своей продукции представлено не было.

Представленная, лицом, подавшим возражение, выписка ЕГРЮЛ [2] является официальным документом, в котором содержатся все сведения об организации, однако, из данной информации нельзя прийти к выводу о том, что оспариваемый товарный знак способен ввести в заблуждение потребителя относительно услуг и лица, их оказывающего.

Факт того, что между лицом, подавшим возражение, и правообладателем оспариваемого товарного знака имеются споры [4, 5] не подтверждает то, что

оспариваемый товарный знак способен ввести в заблуждение потребителя относительно товара и его изготовителя.

В распечатках из сети Интернет отсутствует дата размещения информации, в связи с чем, данные документы нельзя соотнести с датой приоритета оспариваемого товарного знака.

Приложенные к материалам возражения лицом, подавшим возражения, скриншоты с сайта маркетплейса «Widberries» [6] содержат в себе предложения к продаже товаров «Солянка», между тем, из указанных материалов невозможно установить то, что производителем товаров является лицо, подавшее возражение, а кроме того, на данных источниках информации отсутствуют сведения о дате их размещения, ввиду чего сопоставить их с датой приоритета оспариваемого товарного знака (18.08.2025) не представляется возможным.

Остальные представленные документы [1, 3, 7] не подтверждают введение лицом, подавшим возражение, в гражданский оборот товаров и услуг, однородных товарам и услугам 01, 03, 35 классов МКТУ, маркированных оспариваемым товарным знаком.

В этой связи не представляется возможным сделать вывод о том, что до даты приоритета оспариваемого товарного знака ООО «МегаМаркет» было известно потребителям как лицо, производящее товары 01, 03 и оказывающее услуги 35 классов МКТУ.

В связи с чем, основания для признания предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1170379 недействительным на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса отсутствуют.

Вместе с тем, анализ товарного знака по свидетельству №1170379 на предмет его соответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Противопоставленный товарный знак «СОЛЯНКА» по свидетельству №1102301 [1] является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака [1] показал, что они содержат фонетически сходные словесные элементы: «Соляныч»/«СОЛЯНКА».

Так, фонетическое сходство обусловлено практически полным совпадением буквенного состава словесного элемента оспариваемого обозначения и противопоставленного товарного знака [1]. Сравниваемые словесные элементы отличаются только последними буквами «-ыч»/«-ка».

Что касается семантического фактора сходства, следует отметить следующее.

Анализ словарно-справочных источников показал следующее.

Словесный элемент «Соляныч» оспариваемого товарного знака отражен в толковых словарях русского языка (в частности, в «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля) и определяется как волжское местное (областное) название солевозного судна — то есть баржи или лодки, на которой перевозили соль, см. <http://sci.aha.ru/ALL/SLOV/>.

Словесный элемент «СОЛЯНКА» противопоставленного товарного знака [1] имеет следующее значение – Кушанье, представляющее собой густой суп из рыбы или мяса с солеными огурцами и квашеной капустой или с другими овощами и острыми, ароматными приправами, употребляемое в пищу в качестве первого блюда, см. Большой толковый словарь русских существительных. АСТ-Пресс Книга. Бабенко. 2009.

Слово «солянка» происходит от названия деревенского блюда «селянка» (от слова село), которое со временем изменилось под влиянием слова соль. Влияние соли и вкуса: Из-за обилия кислых и солёных ингредиентов (солёных огурцов, лимона, каперсов, рассола) название постепенно трансформировалось в «солянку», ассоциативно связавшись со словом соль.

Таким образом, коллегия отмечает, что указанные словесные элементы «Соляныч»/«СОЛЯНКА» сравниваемых обозначений образованы от слова «соль», то есть являются однокоренными словами, несущими сходные значения.

В связи с чем, семантически сравниваемые обозначения характеризуются подобием заложенных в них понятий и идей и могут вызывать у потребителей

одинаковые ассоциации, связанные с солью, что приводит к выводу о смысловом сходстве сравниваемых товарных знаков.

Таким образом, оспариваемый товарный знак и противопоставленный товарный знак [1] имеют сходные смысловые ассоциации.

Что касается визуального признака сходства, то следует отметить, что оспариваемый и противопоставленный [1] товарные знаки выполнены стандартными шрифтами, что сближает знаки по графическому критерию сходства.

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 (пункты 42 и 43 Правил).

В соответствии с изложенным коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ однородности товаров и услуг, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарному знаку по свидетельству №1170379 и противопоставленного товарного знака [1], показал следующее.

Товары 01 класса МКТУ «кислота соляная» и товары 03 класса МКТУ «средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; средства чистящие бытовые» оспариваемого товарного знака являются однородными с товарами 03 класса МКТУ «абразивы; антинакипины бытовые; баллоны со сжатым воздухом для уборки и удаления пыли; жидкости для мытья посуды; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; мыла; мыла для мытья посуды; мыла для оживления оттенков тканей; препараты для сухой чистки; препараты для удаления лаков; препараты для удаления паркетного воска [очищающие препараты]; препараты для удаления политуры; препараты для удаления ржавчины; препараты для чистки; препараты для чистки обоев; препараты для чистки сточных труб; препараты для чистки химические бытовые; пятновыводители; растворы для очистки; соли для отбеливания; средства для стирки средства моющие для посудомоечной машины; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; средства

отбеливающие для стирки; таблетки для очистки кофемашин; тряпки для уборки, пропитанные моющими средствами; шарики для стирки, заполненные моющими средствами; шарики для стирки, заполненные стиральным порошком» противопоставленного товарного знака [1], поскольку относятся к одному виду товаров (к препаратам для чистки, уборки), соотносятся как род/вид, имеют одно назначение и круг потребителей.

Также в перечне оспариваемого товарного знака представлены услуги 35 класса МКТУ «продвижение продаж для третьих лиц, в том числе услуги по розничной, оптовой продаже товаров, услуги по развозной продаже товаров, услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок, услуги розничной продажи товаров с использованием теле - магазинов или интернет-сайтов».

Коллегия отмечает, что по своей сути, указанные услуги отражают деятельность организаций, то есть подразумевают исключительно услуги посреднических организаций, к которым могут относиться услуги различных агентств, офисных центров, по оказанию услуг в интересах третьих лиц.

Таким образом, услуги 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака не являются однородными с противопоставленными товарами 03 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], так как анализируемые товары и услуги различны по своей природе и назначению, не являются взаимодополняемыми, имеют различные характерные особенности, различный круг потребителей и условия реализации, а также имеют различное назначение и область применения, то есть обладают высокой степенью неоднородности, в виду чего, ассоциаций с противопоставленным товарным знаком [1] не возникает.

При этом необходимо указать, что правоприменительная практика свидетельствует о том, что такой позиции придерживается Суд по интеллектуальным правам, например, в решении от 28.02.2022 по делу № СИП-1061/2021.

Кроме того, коллегия отмечает, что лицом, подавшим возражение, не было представлено сведений о широкой известности своей продукции на российском рынке, в результате чего, продукция данного лица могла бы быть смешена потребителями в гражданском обороте.

Таким образом, оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения, с указанным выше противопоставленным товарным знаком [1], в отношении товаров 01, 03 классов МКТУ однородных товарам 03 класса МКТУ.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №1170379 противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в данной части, следует признать убедительным.

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

удовлетворить возражение, поступившее 18.02.2026, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1170379 недействительным в отношении товаров 01, 03 классов МКТУ.