Приложение
к решению Федеральной службы по интеллектуальной собственности

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 08.06.2026 возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Ивановым Андреем Юрьевичем, Белгородская обл. (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2025716111, при этом установила следующее.

Комбинированное обозначение « » по заявке №2025716111 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 20.02.2025 на имя заявителя для индивидуализации товаров и услуг 29, 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 11.03.2026 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг. Основанием для принятия указанного решения Роспатента послужило заключение по результатам экспертизы, согласно которому регистрация товарного знака по заявке №2025716111 не может быть осуществлена ввиду его несоответствия требованиям, предусмотренным подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками иных лиц:

- с серией товарных «» [1] (свидетельство №522532 с приоритетом от 09.10.2012), «» [2] (свидетельство №522443 с приоритетом от 09.10.2012), «» [3] (свидетельство №563978 с приоритетом от 28.09.2012), «» [4] (свидетельство №490252 с приоритетом от 26.03.2012), «» [5] (свидетельство №387973 с приоритетом от 05.09.2007), «» [6] (свидетельство №387972 с приоритетом от 05.09.2007), зарегистрированных на имя Общества с ограниченной ответственностью Редакция вестника «Здоровый образ жизни», 101000, Москва, Армянский пер., 1/13/6, стр. 2, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «» [7] (свидетельство №674053 с приоритетом от 03.10.2017), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «ХОТ СТОРИ», 153000, г. Иваново, пр-кт Ленина, 2Б, оф. 2, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «КОКОРУНЫ ЗОЖИКИ» [8] (свидетельство №633893 с приоритетом от 02.12.2016), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «ЧАМПА ПРОДЖЕКТ», 115191, Москва, ул. Тульская Б., 2, помещение XV, комната 1, в отношении однородных товаров 29 класса МКТУ;

- с серией товарных знаков «ЗОЖ» [9] (свидетельство №401324 с приоритетом от 15.11.2007), «ЗОЖ» [10] (свидетельство №387112 с приоритетом от 11.09.2007), «ЗОЖ» [11] (свидетельство №329507 с приоритетом от 30.12.2005), зарегистрированных на имя Чехлова Алексея Геннадьевича, 142784, Москва, дп дск «Мичуринец», ул. Дачная, д.9Б, в отношении однородных товаров 29 и услуг 35 классов МКТУ.

В поступившем возражении заявитель выразил несогласие с решением Роспатента, обосновав свою позицию отсутствием сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками ввиду имеющихся, по его мнению, фонетических, семантических и графических отличий сравниваемых обозначений.

Заявитель отмечает, что обозначение «ЛЮБИМЫЕ ЗОЖИКИ» представляет собой словосочетание, в котором в уменьшительно-ласкательной форме делается акцент на удовольствии от здорового образа жизни, превращая аббревиатуру «ЗОЖ» (здоровый образ жизни) во что-то одушевленное и симпатичное. В свою очередь противопоставленные товарные знаки включают именно аббревиатуру «ЗОЖ» и ее транслитерацию буквами латинского алфавита «ZOZH», а также обозначение «КОКОРУНЫ ЗОЖИКИ», в которых слово «КОКОРУНЫ» (кокосовые макаруны) является названием американского печенья.

Также заявитель указывает на наличие у него исключительного права на товарный знак «

» по свидетельству №779340 с приоритетом от 19.05.2020, включающий словесный элемент «ЛЮБИМЫЕ ЗОЖИКИ», правовую охрану которого необходимо учитывать в настоящем споре.

Кроме того, заявитель ограничивает перечень своих притязаний в отношении части заявленного перечня, испрашивая регистрацию товарного знака по заявке №2025716111 в отношении товаров 29 класса МКТУ «*овощи нарезанные; овощи обработанные; овощи сушеные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; пюре яблочное; фрукты глазированные; фрукты нарезанные; фрукты обработанные; фрукты, подвергнутые тепловой обработке; чипсы фруктовые*» и услуг 35 класса МКТУ «*демонстрация товаров; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; реклама*».

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (20.02.2025) поступления заявки №2025716111 правовая база

для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

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.

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.

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 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.

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.

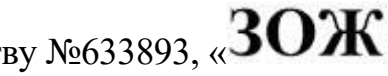
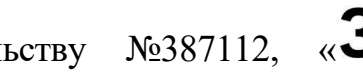
Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Заявленное комбинированное обозначение «

» по заявке №2025716111 с приоритетом от 20.02.2025 включает изобразительный и словесный элементы. Изобразительная часть заявленного обозначения выполнена в виде стилизованного зеленого плода с листочком, а словесная часть включает словесные элементы «ЗОЖИКИ» и «ЛЮБИМЫЕ», выполненные оригинальным шрифтом буквами кириллического алфавита. Словесный элемент «ЛЮБИМЫЕ» находится на фоне листика, а словесный элемент расположен в центре плода и прописан по слогам в три строки.

Как следует из поступившего возражения, регистрация товарного знака по заявке №2025716111 испрашивается в отношении скорректированного перечня, а именно, в отношении товаров 29 класса МКТУ «*овощи нарезанные; овощи обработанные; овощи сушеные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; пюре яблочное; фрукты глазированные; фрукты нарезанные; фрукты обработанные; фрукты, подвергнутые тепловой обработке; чипсы фруктовые*» и услуг 35 класса МКТУ «*демонстрация товаров; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; реклама*».

Отказ в государственной регистрации заявленного обозначения по заявке №2025716111 в качестве товарного знака для заявленных товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ обусловлен выводом о его несоответствии требованиям подпункта 2

пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием противопоставленных товарных знаков с более ранним приоритетом «» [1] по свидетельству №522532, «» [2] по свидетельству №522443, «» [3] по свидетельству №563978, «» [4] по свидетельству №490252, «» [5] по свидетельству №387973, «» [6] по свидетельству №387972, «» [7] по свидетельству №674053, «» [8] по свидетельству №633893, «» [9] по свидетельству №401324, «» [10] по свидетельству №387112, «» [11] по свидетельству №329507, принадлежащих иным лицам и зарегистрированных в отношении товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [1] по свидетельству №522532 зарегистрирован, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «*продажа розничная и оптовая; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по управлению персоналом; менеджмент спортивный; исследования конъюнктурные; организация показов мод в рекламных целях; производство рекламных фильмов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; службы консультативные по управлению бизнесом; телемаркетинг; услуги секретарей; услуги стенографистов*».

Противопоставленный товарный знак [2] по свидетельству №522443 зарегистрирован, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «*оптовая и розничная продажа; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования маркетинговые; макетирование рекламы; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обновление*

рекламных материалов; обработка текста; обслуживание секретарское; обслуживание стенографическое; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение товаров для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; работы машинописные; радиореклама; расклейка афиш, реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; составление рекламных рубрик в газете; телемаркетинг; управление процессами обработки заказов на покупки; услуги в области общественных отношений; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; экспертиза деловая».

Противопоставленный товарный знак [3] по свидетельству №563978 зарегистрирован, в частности, для услуг 35 класса МКТУ «*агентства печати новостей; вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; информация по вопросам дистанционной связи; маршрутизации и соединения телекоммуникационные; обеспечение дискуссионными формами в Интернете; обеспечение доступа в Интернет; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в Интернете; обеспечение телекоммуникационными каналами, предоставляющими услуги телемагазинов; передача поздравительных открыток онлайн; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача срочных объявлений; передача телеграмм; передача цифровых файлов; почта электронная; прокат аппаратуры для передачи сообщений; прокат времени доступа к Интернету; прокат модемов; прокат оборудования для телекоммуникационной*

связи; прокат телефонных аппаратов; прокат факсимильных аппаратов; радиовещание; связь волоконно-оптическая; связь радиотелефонная; связь с использованием компьютерных терминалов; связь спутниковая; связь телеграфная; связь телефонная; связь факсимильная; служба пейджинговая с использованием радио, телефона или других средств электронной связи; телеконференции; услуги абонентской телеграфной службы; услуги голосовой почты; услуги по маршрутизации и соединению телекоммуникационные; услуги по предоставлению телеграфной связи; услуги по предоставлению телефонной связи».

Противопоставленный товарный знак [4] по свидетельству №490252 зарегистрирован, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «*абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования маркетинговые; макетирование рекламы; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; обслуживание секретарское; обслуживание стенографическое; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; презентация товаров на всех медиасредствах, с целью розничной продажи; продвижение товаров для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; работы машинописные; радиореклама; расклейка афиш, реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; составление рекламных рубрик в газете; телемаркетинг; управление процессами обработки*

заказов на покупки; услуги в области общественных отношений; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; экспертиза деловая».

Противопоставленные товарные знаки [5] по свидетельству №387973, [6] по свидетельству №387972 зарегистрирован, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «*реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; агентства по импорту-эксперту; агентства по коммерческой информации; аренда площадей для размещения рекламы; ведение автоматизированных баз данных; деловая экспертиза; демонстрация товаров; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; интерактивная реклама в компьютерной сети; информация деловая; информация статистическая; исследования в области бизнеса; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты [для третьих лиц]; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц]; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение товаров [для третьих лиц]; прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; работы машинописные; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; распространение рекламных объявлений; реклама; реклама почтой; реклама телевизионная; рекламные агентства; репродуцирование документов; сбор информации по компьютерным базам данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей*

товарами], составление рекламных рубрик в газете; стенографическое обслуживание; услуги в области общественных отношений; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товара; услуги телефонных ответчиков [для отсутствующих абонентов]; фотокопирование».

Противопоставленный товарный знак [7] по свидетельству №674053 зарегистрирован, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «*презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]*».

Противопоставленный товарный знак [8] по свидетельству №633893 зарегистрирован, в частности, в отношении товаров 29 класса МКТУ «*айвар [консервированный перец]; алоэ древовидное, приготовленное для употребления в пищу; альгинаты для кулинарных целей; анчоусы; арахис обработанный; артишоки консервированные; белки для кулинарных целей; белок яичный; бобы консервированные; бобы соевые консервированные для употребления в пищу; бульоны; варенье имбирное; ветчина; вещества жировые для изготовления пищевых жиров; водоросли морские обжаренные; гнезда птичьи съедобные; горох консервированный; грибы консервированные; дичь; желатин; желе мясное; желе пищевое; желе фруктовое; желток яичный; жир кокосовый; жир костный пищевой; жир свиной пищевой; жиры животные пищевые; жиры пищевые; закуски легкие на основе фруктов; изделия колбасные; изюм; икра; икра баклажанная; икра кабачковая; икра рыбная обработанная; йогурт; капуста квашеная; кефир [напиток молочный]; клей рыбий пищевой; клемы [неживые]; коктейли молочные; колбаса кровяная; композиции из обработанных фруктов; компоты (десерт из вареных фруктов); консервы мясные; консервы овощные; консервы рыбные; консервы фруктовые; концентраты бульонные; корнишоны; креветки неживые; креветки пильчатые неживые; крем сливочный; крокеты; куколки бабочек шелкопряда, употребляемые в пищу; кумыс [напиток молочный]; лангусты неживые; лецитин для кулинарных целей; лосось неживой; лук консервированный; маргарин; маринад из шинкованных овощей с острой приправой [пикалили]; мармелад, за исключением кондитерских изделий; масла*

пищевые; масло арахисовое; масло какао пищевое; масло кокосовое жидкое; масло кокосовое твердое; масло кукурузное пищевое; масло кунжутное пищевое; масло льняное для кулинарных целей; масло оливковое пищевое; масло пальмовое пищевое; масло пальмоядровое пищевое; масло подсолнечное пищевое; масло рапсовое пищевое; масло сливочное; мидии неживые; миндаль толченый; мозг костный пищевой; моллюски неживые; молоко; молоко арахисовое для кулинарных целей; молоко миндальное для кулинарных целей; молоко рисовое [заменитель молока]; молоко сгущенное; молоко соевое [заменитель молока]; молоко с повышенным содержанием белка; молоко сухое; мука рыбная для употребления в пищу; муссы овощные; муссы рыбные; мякоть фруктовая; мясо; мясо консервированное; напитки молочные с преобладанием молока; овощи консервированные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; овощи сушеные; оладьи картофельные; оливки консервированные; омары неживые; орехи ароматизированные; орехи засахаренные; орехи кокосовые сушеные; орехи обработанные; паста томатная; паштеты из печени; пектины для кулинарных целей; печень; пикули; плоды или ягоды, сваренные в сахарном сиропе; порошок яичный; продукты молочные; продукты рыбные пищевые; простокваша; простокваша [скисшее молоко]; птица домашняя неживая; пулькоги [корейское мясное блюдо]; пыльца растений, приготовленная для пищи; пюре клюквенное; пюре яблочное; раки неживые; ракообразные неживые; рыба консервированная; рыба неживая; рыба соленая; салаты овощные; салаты фруктовые; сало; сардины неживые; свинина; сельдь неживая; семена обработанные; семена подсолнечника обработанные; сливки взбитые; сливки [молочный продукт]; смеси жировые для бутербродов; сметана [сквашенные сливки]; соки овощные для приготовления пищи; сок томатный для приготовления пищи; солонина; сосиски; сосиски в сухарях; составы для приготовления бульонов; составы для приготовления супов; субпродукты; супы; супы овощные; сыворотка молочная; сыры; тахини [паста из семян кунжута]; творог соевый; трепанги неживые; трюфели консервированные; тунец неживой; устрицы неживые; ферменты молочные для кулинарных целей; ферменты сычужные; филе рыбное; фрукты глазированные; финики; фрукты замороженные; фрукты консервированные; фрукты, консервированные в спирте;

фрукты, подвергнутые тепловой обработке; фундук обработанный; хлопья картофельные; хумус [паста из турецкого гороха]; цедра фруктовая; чеснок консервированный; чечевица консервированная; чипсы картофельные; чипсы картофельные низкокалорийные; чипсы фруктовые; эгг-ног безалкогольный; экстракты водорослей пищевые; экстракты мясные; ягоды консервированные; яйца; яйца улитки; якитори».

Противопоставленный товарный знак [9] по свидетельству №401324 зарегистрирован, в частности, для товаров 29 класса МКТУ «*овощи, фрукты, ягоды, грибы сушеные, замороженные и подвергнутые тепловой обработке; желе, варенье, компоты; концентраты для приготовления супов; пюре фруктовое, овощное; масла пищевые*».

Противопоставленный товарный знак [10] по свидетельству №387112 зарегистрирован, в частности, в отношении товаров 29 класса МКТУ «*альгинаты пищевые; анчоусы; арахис обработанный; белки пищевые; белок яичный; бобы консервированные; бобы соевые консервированные; бульоны; варенье имбирное; вещества жировые для изготовления пищевых жиров; гнезда птичьи съедобные; горох консервированный; грибы консервированные; дичь; желатин пищевой; желе мясное; желе пищевое; желе фруктовое; желток яичный; жир кокосовый; жир костный пищевой; жир свиной; жиры животные; жиры пищевые; изделия колбасные; изюм; икра; казеин пищевой; капуста квашеная; клей рыбий пищевой; колбаса кровяная; консервы мясные; консервы овощные; консервы рыбные; консервы фруктовые; концентраты бульонные; корнишоны; креветки; куколки бабочек шелкопряда, употребляемые в пищу; ламинарии обжаренные; лангусты [неживые]; лосось; лук консервированный; маргарин; маринад из шинкованных овощей с острой приправой; масла растительные; масло арахисовое; масло какао; масло кокосовое; масло сливочное; мидии [неживые]; миндаль толченый; мозг костный пищевой; моллюски [неживые]; молоко; молоко соевое [заменитель молока]; мякоть фруктовая; мясо; мясо консервированное; овощи консервированные; овощи сушеные; овощи, подвергнутые тепловой обработке; оливы консервированные; омары [неживые]; орехи кокосовые сушеные; орехи обработанные; паста томатная;*

паштеты из печени; пектины пищевые; печень; пикули; плоды или ягоды, сваренные в сахарном сиропе; порошок яичный; продукты из соленого свиного окорока; продукты молочные; продукты питания на базе ферментированных овощей [ким чи]; продукты рыбные; простокваша; протеины пищевые; птица домашняя [неживая]; пыльца растений, приготовленная для пищи; пюре клюквенное; пюре яблочное; ракообразные [неживые]; рыба [неживая]; рыба консервированная; салаты овощные; салаты фруктовые; сало; сардины; свинина; сельдь; сливки взбитые; смеси жировые для бутербродов; сок томатный для приготовления пищи; соки овощные для приготовления пищи; солонина; сосиски в сухарях; составы для приготовления бульона; составы для приготовления супов; субпродукты; супы; супы овощные; сыры; творог соевый; трепанги [неживые]; трюфели консервированные; тунец; устрицы [неживые]; ферменты сычужные; филе рыбное; финики; фрукты глазированные; фрукты замороженные; фрукты консервированные; фрукты, консервированные в спирте; фрукты, подвергнутые тепловой обработке; цедра фруктовая; чечевица консервированная; экстракты водорослей пищевые; экстракты мясные; яйца улитки; яйца».

Противопоставленный товарный знак [11] по свидетельству №329507 зарегистрирован, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ «*анализ себестоимости; аудит; бюро по найму; ведение бухгалтерских книг; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам штата сотрудников; обслуживание секретарское; оценка леса на корню; оценка шерсти; подготовка платежных документов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат торговых автоматов; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; составление с помощью компьютеров составов из товарных вагонов; тестирование психологическое при найме на работу; управление гостиничными делами; услуги по переезду предприятий*».

Заявителем не оспаривается вывод административного органа об имеющейся однородности сравниваемых товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] - [11], часть из которых идентична. Следует отметить, что указанные в перечнях заявленного обозначения и

противопоставленных товарных знаков [8], [9], [11] товары 29 класса МКТУ относятся к такой категории продуктов питания как обработанные овощи и фрукты, а услуги 35 класса МКТУ – к деятельности по продвижению товаров, что подразумевает как услуги по рекламе, так и по продаже товаров.

Сопоставляемые товары и услуги 29, 35 классов МКТУ характеризуются одинаковым назначением и кругом потребителей, что приводит к выводу о наличии высокой степени однородности, что, в свою очередь, обуславливает вероятность их совместной встречаемости в одном и том же сегменте рынка при сопровождении заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками.

В свою очередь сопоставительный анализ сравниваемых обозначений на предмет их сходства показал, что заявленное комбинированное обозначение « » и противопоставленные товарные знаки «ЗОЖ» [1] по свидетельству №522532, «ВЕСТНИК ЗОЖ» [2] по свидетельству №522443, «ЗОЖ» [3] по свидетельству №563978, «ВЕСТНИК ЗОЖ» [4] по свидетельству №490252, «ЗОЖ» [5] по свидетельству №387973, «ЗОЖ» [6] по свидетельству №387972, «ZOZH» [7] по свидетельству №674053, «КОКОРУНЫ ЗОЖИКИ» [8] по свидетельству №633893, «ЗОЖ» [9] по свидетельству №401324, «ЗОЖ» [10] по свидетельству №387112, «ЗОЖ» [11] по свидетельству №329507 включают в свой состав как изобразительные, так и словесные элементы, которые в силу композиционного исполнения воспринимаются в качестве самостоятельных элементов и равным образом выполняют индивидуализирующую функцию.

Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут

быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем.

Следует констатировать, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1] – [7], [9] – [11] в качестве единственного или основного доминирующего элемента включают слова «ЗОЖИКИ» и «ЗОЖ», «ZOZH». Слово «ЗОЖ[1]», как справедливо указано самим заявителем, является известной аббревиатурой, образованной от словосочетания «здоровый образ жизни». Слово «ZOZH» является фонетическим эквивалентом данной аббревиатуры, выполненным буквами латинского алфавита. В свою очередь заявителем не отрицается, что в основу входящего в состав заявленного обозначения словесного элемента «ЗОЖИКИ» входит корень «ЗОЖ», за счет которого выполненное в уменьшительно-ласкательной форме доминирующее спорное слово «ЗОЖИКИ» вызывает представление о здоровом образе жизни. Указанные одинаковые смысловые ассоциации от восприятия сравниваемых обозначений, а также фонетическое вхождение индивидуализирующих словесных элементов противопоставленных товарных знаков в состав заявленного обозначения, свидетельствуют о наличии высокой степени их сходства друг с другом в целом.

Что касается противопоставленного товарного знака [8], то в его состав входят два словесных элемента «КОКОРУНЫ» и «ЗОЖИКИ», которые не связаны друг с другом лексически и грамматически, воспринимаются в качестве независимых элементов. При этом индивидуализирующий элемент «ЗОЖИКИ» полностью входит в состав противопоставленного товарного знака.

Согласно позиции Суда по интеллектуальным правам, сформулированной по ряду дел (например, №СИП-658/2021, №СИП-210/2017, №СИП-450/2017), наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного

[1] https://sokrasheniya.academic.ru/24075/%D0%97%D0%9E%D0%96?ysclid=mu6s47c2pq108792348Словарь сокращений и аббревиатур. Академик. 2015.

элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака.

В силу указанных обстоятельств также усматривается вывод о высокой степени сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [8].

Коллегия приняла к сведению предоставленную заявителем информацию о наличии у него исключительного права на товарный знак «

» по свидетельству №779340 с приоритетом от 19.05.2020, зарегистрированный для товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ, который, как и заявленное обозначение, включает словесные элементы «ЛЮБИМЫЕ» и «ЗОЖИКИ». Однако в этой связи следует отметить, что заявленное обозначение «

» производит совершенно иное зрительное впечатление, при этом доминирует именно слово «ЗОЖИКИ», а слово «ЛЮБИМОЕ» выполнено мелким шрифтом, занимает периферийное положение. Именно данные визуальные особенности заявленного обозначения способствуют его ассоциированию по фонетическому и семантическому критериям сходства с противопоставленными товарными знаками [1] – [11].

Кроме того, принцип правовой определенности подлежит применению в отношении ранее установленной административным органом различительной способности обозначения и отсутствия введения потребителя в заблуждение. Иными словами, доводы о действии принципа правовой определенности могут быть заявлены при проверке решения административного органа на предмет его соответствия требованиям пункта 1 статьи 1483, подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса. Вместе с тем при отказе в регистрации заявленного обозначения по мотиву его несоответствия положениям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса действие принципа правовой определенности ограничено, поскольку учитывается, какие товарные знаки были фактически найдены в рамках информационного поиска.

Аналогичная правовая позиция была изложена в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.09.2022 по делу №СИП-278/2022, от 22.05.2023 по делу №СИП-733/2022.

Необходимо указать, что при анализе сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков принималась во внимание сложившаяся правоприменительная судебная практика, сформулированная в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц.

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства сравниваемых обозначений и высокая степень однородности товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ, для сопровождения которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения сопоставляемых обозначений в гражданском обороте.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1] - [11] в отношении скорректированного в возражении перечня товаров и услуг в соответствии с требованиями, установленными подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса. Следовательно, оснований для удовлетворения поступившего возражения и отмены оспариваемого решения Роспатента от 11.03.2026 не имеется.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 08.06.2026, оставить в силе решение Роспатента от 11.03.2026.