

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 18.05.2026 возражение Общества с ограниченной ответственностью «ТРОЛАКС», г. Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024805483 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Обозначение по заявке № 2024805483 было заявлено на государственную регистрацию в качестве товарного знака с приоритетом от 19.09.2024 на имя заявителя в отношении услуг 43 класса МКТУ «украшение еды; услуги баров; услуги виртуальных ресторанов; услуги кальянных; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов».

Согласно материалам заявки заявленное обозначение представляет собой



комбинированное обозначение

.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 12.01.2026 об отказе в государственной регистрации товарного знака, мотивированное в заключении по результатам экспертизы несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что согласно сведениям сети Интернет (см., например, <https://www.carnegiehall.org/>) заявленное обозначение воспроизводит обозначение «**Carnegie Hall**», используемое другим лицом – компанией Carnegie Hall Corporation (Соединенные Штаты Америки) – для индивидуализации услуг, однородных заявленным услугам, в силу чего заявленное обозначение способно ввести в заблуждение потребителя относительно лица, оказывающего услуги.

При этом в данном заключении было отмечено, что экспертизой учитывалась степень насыщенности Интернет-пространства такой информацией.

Кроме того, до принятия решения по результатам экспертизы заявленного обозначения, в соответствии с пунктом 1 статьи 1493 Кодекса, от вышеуказанной компании Carnegie Hall Corporation, как заинтересованного лица, поступило письменное обращение от 08.08.2025 с приложенными к нему документами (далее – Обращение заинтересованного лица [1]), доводы которого о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса учитывались при проведении экспертизы заявленного обозначения на основании пункта 1 статьи 1499 Кодекса и пункта 50 Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденных приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572 (далее – Правила).

Уведомлением ФИПС от 14.08.2025 в установленном порядке до заявителя была доведена информация о поступлении данного Обращения заинтересованного лица [1] и о праве заявителя ознакомиться с ним.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 18.05.2026 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 12.01.2026. Доводы возражения по своему существу сводятся лишь к тому, что не имеется каких-либо подтверждений возникновения у российских потребителей стойкой ассоциативной связи между соответствующими заявленными услугами и вышеуказанным иностранным лицом, а также каких-либо фактов его деятельности на территории Российской Федерации и широкой известности российским потребителям соответствующего обозначения.

На основании изложенного в возражении заявителем была выражена просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

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

С учетом даты подачи заявки (19.09.2024) правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутые выше Кодекс и Правила.

В соответствии с абзацем 1 и 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.

В соответствии с абзацем 2 пункта 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или 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.

Заявленное обозначение представляет собой комбинированное



обозначение со словесным элементом «**Carnegie Hall**», выполненным буквами латинского алфавита. Предоставление правовой охраны заявленному обозначению в качестве товарного знака испрашивается в отношении услуг 43 класса МКТУ «украшение еды; услуги баров; услуги виртуальных ресторанов; услуги кальянных; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов».

Однако в сети Интернет (см., например, <https://www.carnegiehall.org/>) действительно обнаруживается информация об услугах, оказываемых другим, чем заявитель, конкретным лицом – компанией Carnegie Hall Corporation (Соединенные Штаты Америки), индивидуализируемых, собственно, обозначением «**Carnegie Hall**».

Соответствующие сведения об этом обстоятельстве, представленные также и в вышеупомянутом Обращении заинтересованного лица [1], вполне коррелируются с информацией на различных сайтах российского сегмента сети Интернет (см., например, Интернет-порталы «Яндекс», «Google» и др.), степень насыщенности которого такой информацией подлежит принятию во внимание.

Так, Карнеги-холл (Carnegie Hall) – это всемирно известный концертный зал в г. Нью-Йорке, открытый в 1891 году. Карнеги-холл считается одним из самых знаменитых и престижных концертных залов во всем мире.

Наряду с проведением музыкальных выступлений им предлагается множество различных сопутствующих товаров и услуг – от еды и напитков до многочисленных категорий фирменной продукции, видео по запросу, подкастов и образовательных программ, причем с использованием для них обозначения «**Carnegie Hall**».

В здании Карнеги-холл располагаются также ресторан, кафе и бары, посетителями которых могут быть и российские граждане.

Доступная на его сайте информация об этих заведениях общественного питания показывает, что они обязательно используют в качестве средства индивидуализации своих услуг обозначение «**Carnegie Hall**». Так, например, в меню кафе «Weill Café», наряду с данным его названием, приводится также и обозначение «**Carnegie Hall**».

На сценах Карнеги-холла давали концерты такие известные российские музыканты, как Дмитрий Хворостовский, Анна Нетребко, Денис Мацуев, Евгений Кисин, Максим Венгеров, поэт Андрей Дементьев и другие, а также проводились международные фестивали и конкурсы с участием российских исполнителей. Эти события широко освещались в российских СМИ, в том числе на федеральных телеканалах.

Таким образом, словесный элемент «**Carnegie Hall**» в заявленном обозначении явным образом воспроизводит название знаменитого во всем мире учреждения культуры и его всемирно известного (включая Россию) бренда – «**Carnegie Hall**», к которым заявитель по рассматриваемой заявке, напротив, никакого отношения не имеет.

Каких-либо доказательств обратного заявителем не было представлено.

Напротив, в возражении никак не подтверждается известность российским потребителям каких-либо соответствующих услуг, которые оказывались бы самим заявителем и маркировались бы им заявленным обозначением, и, вместе с тем, не опровергаются вышеуказанные сведения о соответствующих услугах совсем иного конкретного лица и никак

не обосновываются притязания заявителя на конкретное обозначение, уже используемое другим лицом.

Так, в частности, касательно доводов заявителя в возражении о том, что не имеется каких-либо подтверждений возникновения у российских потребителей стойкой ассоциативной связи между соответствующими заявленными услугами и вышеуказанным иностранным лицом, а также каких-либо фактов его деятельности на территории Российской Федерации и широкой известности российским потребителям соответствующего обозначения, представляется важным отметить, что отсутствие у экспертизы такого большого объема сведений вовсе не отменяет необходимости представления самим заявителем документально подтвержденного обоснования им своих притязаний на заявленное обозначение с учетом наличия вышеизложенных, никак не опровергнутых им, сведений, так как действующая в Российской Федерации не явочная, а проверочная система экспертизы заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков обозначений обязывает заявителя представлять соответствующие обоснования и доказательства в случае его несогласия с обстоятельствами, установленными в процессе экспертизы.

Исходя из изложенных выше обстоятельств, присутствие в сети Интернет соответствующей информации позволяет прийти к выводу об осведомленности российских потребителей о вышеуказанном другом лице и оказываемых им соответствующих услугах. Глобальная информационная сеть Интернет является одним из основных средств свободного распространения и получения различного рода информации и относится, наряду с радио и телевидением, к электронным средствам массовой информации.

Таким образом, с помощью общедоступного источника информации было установлено, что словесный элемент в заявленном обозначении действительно воспроизводит обозначение, используемое не заявителем, а совсем другим лицом.

Следовательно, заявленное обозначение, для которого испрашивается предоставление правовой охраны в качестве товарного знака на имя заявителя, может породить в сознании российского потребителя не соответствующее действительности представление о лице, оказывающем соответствующие услуги, то есть оно способно ввести в заблуждение потребителя относительно лица, оказывающего данные услуги.

Согласно статье 10-bis (3) Конвенции по охране промышленной собственности (заключена в Париже 20.03.1883) подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента.

Принимая во внимание указанные выше обстоятельства, коллегия не располагает какими-либо основаниями, опровергающими вывод экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 18.05.2026, оставить в силе решение Роспатента от 12.01.2026.