

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 04.05.2026 возражение Общества с ограниченной ответственностью «Группа Компаний «Русагро», г. Белгород (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 1062429, при этом установила следующее.

Товарный знак по свидетельству № 1062429 был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 08.11.2024 по заявке № 2024700326 с приоритетом от 06.01.2024 в отношении товаров 11 и услуг 39, 40, 42, 44 классов МКТУ на имя Романова А.А., г. Новосибирск (далее – правообладатель).

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака по свидетельству № 1062429 было зарегистрировано словесное обозначение «**РУСАГРО**», выполненное буквами русского алфавита.

В поступившем 04.05.2026 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение о том, что оспариваемая регистрация товарного знака была произведена в нарушение требований, установленных пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к тому, что оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения в отношении однородных услуг 42 и 44 классов МКТУ с серией товарных знаков со словесным элементом «**РУСАГРО**» –

Качество Русагро

свидетельству № 905814 и

по

свидетельству № 886678, охраняемых на имя лица, подавшего возражение, и имеющих более ранние приоритеты.

В этой связи в возражении отмечается наличие у словесных элементов, соответственно, «**РУСАГРО**» и «**РУСАГРО**», доминирующих и несущих основную индивидуализирующую нагрузку в сравниваемых товарных знаках, одинаковых количеств слогов и звуков, одинаковых составов согласных и гласных звуков и совпадающих звукосочетаний, обуславливающих высокую степень сходства данных товарных знаков в целом, в силу чего оспариваемый товарный знак может быть воспринят потребителями как продолжение серии товарных знаков лица, подавшего возражение.

Кроме того, в возражении указывается также на то, что лицо, подавшее возражение, представляет собой крупнейший агрохолдинг России, предприятия которого располагаются во многих разных регионах Российской Федерации и производят в больших объемах различные виды продуктов питания, реализуемые, в том числе под противопоставленными товарными знаками, более чем в 80 регионах России и более чем в 49 странах мира и представляемые на различных международных и российских отраслевых (агропромышленных) выставках, что обуславливает их широкую известность среди потребителей и, следовательно, наличие высокой репутации и высокой различительной способности у вышеуказанной серии товарных знаков лица, подавшего возражение.

На основании изложенного в возражении лицо, подавшее возражение, просило признать предоставление правовой охраны оспариваемому товарному

знаку недействительным частично, а именно в отношении всех услуг 42 и 44 классов МКТУ, приведенных в данной регистрации товарного знака.

К возражению были приложены распечатки сведений из сети Интернет о лице, подавшем возражение, и его продукции [1], макеты ее упаковок [2], информационные письма-справки об объемах ее реализации [3], а также сведения с фотографиями об ее участии в международных и российских отраслевых (агропромышленных) выставках [4].

Правообладателем, уведомленным в установленном порядке о поступившем возражении, был представлен на него отзыв от 29.06.2026, в котором сообщается только лишь об отсутствии со стороны правообладателя каких-либо возражений против удовлетворения требований лица, подавшего возражение, в соответствующей части классов МКТУ – всех услуг 42, 44 классов.

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

С учетом даты приоритета оспариваемого товарного знака (06.01.2024) правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

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

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

В соответствии с пунктом 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).

Кроме того, согласно пункту 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» при наличии соответствующих доказательств для определения вероятности смешения товарного знака и спорного обозначения (то есть в рассматриваемом случае – противопоставленного товарного знака и оспариваемого товарного знака) подлежат оценке также и иные обстоятельства, в частности, длительность и объем использования товарного знака правообладателем (то есть в рассматриваемом случае – противопоставленного товарного знака лицом, подавшим возражение) и степень известности, узнаваемости этого товарного знака, а также и наличие серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку могут быть поданы заинтересованным лицом.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 1062429 представляет собой словесное обозначение «**РУСАРГО**», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

Данному товарному знаку была предоставлена правовая охрана с приоритетом от 06.01.2024, в частности, в отношении услуг 42 и 44 классов МКТУ.



Противопоставленные товарные знаки по свидетельству № 255307 с более ранним приоритетом от 19.06.2001,

Русагро ближе к людям

по свидетельству № 905814 с более ранним

Качество Русагро

приоритетом от 28.09.2021 и по свидетельству № 886678 с более ранним приоритетом от 28.09.2021 представляют собой соответствующие комбинированное и словесные обозначения, в которых доминируют и несут основную индивидуализирующую нагрузку словесные элементы «**РУСАГРО**» / «**Русагро**», выполненные стандартным шрифтом заглавными или строчными буквами русского алфавита, так как они легче запоминаются, чем изобразительный элемент, имеющий лишь абстрактный характер и играющий второстепенную роль, а иные словесные элементы являются неохраняемым элементом («**группа компаний**») либо «слабыми» элементами, носящими некоторый хвalebный характер («**ближе к людям**» и «**качество**»).

В силу данных обстоятельств именно словесные элементы «**РУСАГРО**» / «**Русагро**» и подлежат, прежде всего, сравнению с оспариваемым товарным знаком.

При этом данные словесные элементы, доминирующие и несущие основную индивидуализирующую нагрузку в противопоставленных товарных знаках, собственно, и объединяют их в серию товарных знаков с соответствующим общим (серийным) элементом – «**РУСАГРО**», подлежащим сравнению.

Данные противопоставленные товарные знаки охраняются на имя лица, подавшего возражение, в частности, в отношении услуг 42 и 44 классов МКТУ.

По результатам сопоставительного анализа оспариваемого товарного знака и противопоставленной серии товарных знаков коллегия пришла к выводу о том, что они ассоциируются друг с другом в целом, то есть являются сходными, в силу наличия у сравниваемых слов, соответственно, «**РУСАРГО**» и «**РУСАГРО**», доминирующих и несущих основную индивидуализирующую нагрузку в них, одинаковых количеств слогов (3 слога) и звуков (7 звуков) и крайне близких составов звуков (одинаковых составов согласных и гласных звуков) и подавляющего большинства совпадающих звукосочетаний, в том числе акцентирующих на себе особенное внимание совпадающих начальных и конечных звуков, когда отдельное отличие только лишь в последовательности одних и тех же согласных звуков («-рг-» – «-гр-») в средних частях сравниваемых слов уже не оказывает решающего влияния на их восприятие в целом.

Сходство сравниваемых товарных знаков усиливается еще и за счет использования для данных слов одного и того же (стандартного) шрифта и одного и того же (русского) алфавита и, следовательно, наличия у них соответствующих совпадающих букв русского алфавита.

В свою очередь, некоторые действительно имеющиеся у сравниваемых товарных знаков отличия, а именно по цветовому их исполнению, по отсутствию или наличию изобразительных элементов, по наличию иных словесных элементов и по использованию заглавных или строчных букв играют всего лишь второстепенную роль при восприятии этих товарных знаков в целом.

При сравнительном анализе оспариваемого товарного знака и противопоставленных товарных знаков коллегия исходила из того, что решающее значение при их восприятии в целом имеет именно фонетический фактор, на основе которого и было установлено их сходство за счет наличия у словесных элементов, доминирующих и несущих основную индивидуализирующую нагрузку в них, крайне близких (практически тождественных) составов звуков. 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 (пункт 42 Правил).

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

При этом отмеченное выше наличие у сравниваемых слов, доминирующих и несущих основную индивидуализирующую нагрузку в оспариваемом и противопоставленных товарных знаках, крайне близких (практически тождественных) составов звуков обуславливает вывод о высокой степени сходства этих товарных знаков в целом.

Более того, с учетом факта наличия серии товарных знаков, в которую объединяются противопоставленные товарные знаки за счет соответствующего общего (серийного) их элемента «**РУСАГРО**», собственно, оспариваемый товарный знак вполне может быть воспринят потребителями как продолжение данной противопоставленной серии товарных знаков лица, подавшего возражение.

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

Отсюда следует, что для признания сравниваемых услуг однородными при наличии такой весьма высокой степени опасности их смешения уже достаточно совпадения у них всего лишь одного или нескольких отдельных доминирующих основных признаков, определяющих соответствующие критерии однородности услуг, за счет наличия которых эти услуги могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения. Совпадения признаков по всем возможным критериям для вывода об однородности услуг не требуется.

Так, с учетом данных обстоятельств все услуги 42 и 44 классов МКТУ, для которых была предоставлена правовая охрана оспариваемому товарному знаку, с одной стороны, и соответствующие услуги 42 и 44 классов МКТУ, для которых охраняются противопоставленные товарные знаки, с другой стороны, в подавляющем своем большинстве просто совпадают между собой, а иные – либо соотносятся друг с другом как вид-род, когда различные виды услуг непосредственно относятся к соответствующим общеродовым понятиям услуг, либо все они относятся к этим одним и тем же соответствующим определенным общим родовым группам услуг (в частности, промышленные и научные исследования и разработки; услуги в сфере программного обеспечения и компьютерных программ; медицинские услуги; услуги по уходу за телом, оздоровления и красоты; дизайнерские услуги).

Таким образом, все вышеуказанные услуги 42 и 44 классов МКТУ являются, собственно, однородными по данным основным критериям однородности товаров.

В силу изложенных выше обстоятельств, то есть в результате сопоставления соответствующих перечней услуг 42 и 44 классов МКТУ оспариваемой регистрации товарного знака и противопоставленных регистраций товарных знаков, усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителей представления о принадлежности всех вышеуказанных (однородных) услуг 42 и 44 классов МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (сходные) знаки, одному лицу, оказывающему услуги.

Указанное обстоятельство обуславливает вывод о сходстве оспариваемого товарного знака и противопоставленных товарных знаков до степени смешения в отношении однородных услуг 42 и 44 классов МКТУ. Следовательно, оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех услуг 42 и 44 классов МКТУ.

Что касается представленных лицом, подавшим возражение, материалов [1 – 4] и соответствующих его пояснений к ним в возражении, то

следует отметить, что они на самом деле представляют собой всего лишь некоторую общую информацию о нем и его деятельности, но не имеют никакого отношения именно к вышеуказанным услугам 42 и 44 классов МКТУ.

Однако, вместе с тем, данное фактическое обстоятельство никак не опровергает вышеприведенные выводы и не противоречит им просто ввиду наличия соответствующих однородных услуг 42 и 44 классов МКТУ в самих перечнях товаров и услуг противопоставленных регистраций товарных знаков лица, подавшего возражение.

Установленный факт сходства до степени смешения в отношении вышеуказанных однородных услуг 42 и 44 классов МКТУ оспариваемого товарного знака и принадлежащих именно лицу, подавшему возражение, соответствующих противопоставленных товарных знаков с более ранними приоритетами обуславливает вывод о наличии у лица, подавшего возражение, заинтересованности, на основании пункта 2 статьи 1513 Кодекса, в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 1062429 по указанному в возражении конкретному правовому основанию, предусмотренному, собственно, пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, важно отметить и то, что правообладатель в своем отзыве от 29.06.2026 сообщил об отсутствии с его стороны каких-либо возражений против удовлетворения требований лица, подавшего возражение, в соответствующей части классов МКТУ – всех услуг 42, 44 классов, то есть признал тем самым правомерность и обоснованность данных требований рассматриваемого возражения.

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

удовлетворить возражение, поступившее 04.05.2026, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 1062429 недействительным в отношении всех услуг 42 и 44 классов МКТУ.