

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 № 59454, вступившими в силу 06.09.2020, рассмотрела возражение, поступившее 03.11.2021, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «АлтайПлод», Алтайский край, г. Бийск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020729044, при этом установлено следующее.



Обозначение «**АЛТАЙПЛОД**» по заявке № 2020729044, поступившей 05.06.2020, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 29, 30 и 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020729044 было принято 07.07.2021.

Основанием для принятия этого решения явилось заключение по результатам экспертизы, в котором было установлено, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений пункта 7 статьи 1483 Кодекса.

Указанное мотивировано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с наименованием места происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД», зарегистрированным в отношении товара «пчелиный мёд» за № 142, исключительное право на которое предоставлено Сельскохозяйственному потребительскому снабженческо-сбытовому кооперативу второго уровня «Алтай - медовый край», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/1, дата подачи заявки: 19.04.2013); Обществу с ограниченной ответственностью «Алтайский Пчелоцентр», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/2, дата подачи заявки: 19.10.2017); Обществу с ограниченной ответственностью «Меда Алтая», Алтайский край, г. Бийск (свидетельство № 142/3, дата подачи заявки: 07.11.2017); Ревякину Алексею Викторовичу, Новосибирская область, г. Новосибирск (свидетельство № 142/4, дата подачи заявки: 16.07.2018); Ширяеву Алексею Васильевичу, Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/5, дата подачи заявки: 04.05.2019);

- с наименованием места происхождения товаров «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ», зарегистрированным в отношении товара «мёд» за № 193, исключительное право на которое предоставлено Обществу с ограниченной ответственностью «Республиканский пчелоцентр», Республика Алтай, г. Горно-Алтайск (свидетельство № 193/1, дата подачи заявки: 24.12.2018).

В возражении, поступившем 03.11.2021, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента об отказе в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, и привел следующие доводы в обоснование своей позиции:

- заявленное обозначение и противопоставленные наименования мест происхождения товаров не являются сходными, поскольку производят разное общее зрительное впечатление, имеют разный состав букв, звуков, разное графическое исполнение и разное произношение;

- различие заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товаров усиливается за счет наличия в составе заявленного обозначения стилизованного изображения четырех гор, над которыми расположено стилизованное изображение растения с двумя листочками;

- следует учитывать практику признания подобных обозначений и противопоставленных наименований мест происхождения товаров несходными;

- по мнению заявителя, заявленное обозначение может быть зарегистрировано для всех указанных в заявке товаров и услуг, кроме товаров «мед, молочко маточное пчелиное, прополис»;

- реестр товарных знаков Российской Федерации содержит множество товарных знаков, включающих словесный элемент «Алтай» / «Altai», например: свидетельства №№453725, 174620, 675917, 621203, 565359, 447564, 573819, 626024, 569753, 630278, 632982, 542039, 286293, 690459, 602071, 453970, 179944, 683713, 194367.

На основании изложенного заявитель просит зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг.

Корреспонденциями, поступившими 17.01.2022, 07.02.2022, заявителем представлены дополнительные материалы, а именно:

(1) копии деклараций о соответствии продукции заявителя требованиям безопасности;

(2) информационные материалы, касающиеся продукции заявителя;

(3) фотографии продукции заявителя, маркированной заявленным обозначением.

На заседании, состоявшемся 07.02.2022, коллегией указано на несоответствие заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку оно сходно до степени смешения с:



- товарными знаками «**Altai**» по свидетельству № 257201 (приоритет от

09.10.2002), «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 632425 (приоритет от 11.02.2016), зарегистрированными на имя Степанова Валерия Анатольевича,

Алтайский край, г. Бийск, в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ, однородных части товаров 29, 30 классов МКТУ заявленного перечня;



- товарным знаком «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 185189 (приоритет от 30.06.1998), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Кондитерская фирма «Алтай», г. Барнаул, в отношении товаров 30 класса МКТУ, однородных части товаров 30 класса МКТУ заявленного перечня;

- товарным знаком «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 716756 (приоритет от 23.04.1998), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «ОРИГАМИ», Республика Башкортостан, г. Уфа, с. Нагаево, в отношении услуг 42 класса МКТУ «реализация товаров», однородных части услуг 35 класса МКТУ заявленного перечня.

В соответствии с ходатайством, поступившим 26.04.2022, заявитель просит принять решение о регистрации товарного знака по заявке № 2020729044 в отношении следующего уточненного перечня товаров и услуг:

29 класс: «композиции из обработанных фруктов; концентраты овощные для приготовления пищи; концентраты фруктовые для приготовления пищи; масло арахисовое; масло кукурузное пищевое; масло кунжутное пищевое; масло льняное пищевое; масло оливковое первого холодного отжима пищевое; масло оливковое пищевое; масло подсолнечное пищевое; масло рапсовое пищевое; мясо лиофилизированное; овощи лиофилизированные; салаты фруктовые [сухие, относящиеся к 29 классу МКТУ]; составы для приготовления бульонов [сухие, относящиеся к 29 классу МКТУ]; составы для приготовления супов [сухие, относящиеся к 29 классу МКТУ]; хлопья картофельные; цветы сухие съедобные; чипсы фруктовые; экстракты водорослей пищевые»;

30 класс: «блюда, лиофилизированные, в которых рис является основным ингредиентом; закуски легкие на основе хлебных злаков; заправки для салатов; изделия желейные фруктовые [кондитерские]; напитки на основе ромашки; напитки

чайные; порошки для приготовления мороженого; продукты зерновые; продукты на основе овса; хлопья [продукты зерновые]; хлопья кукурузные; хлопья овсяные; цветы или листья, используемые в качестве заменителей чая; экстракт солодовый пищевой»;

35 класс МКТУ: все услуги, указанные в заявке № 2020729044.

Также к корреспонденции от 26.04.2022 приложен:

(4) оригинал письменного согласия индивидуального предпринимателя Степанова Валерия Анатольевича, Алтайский край, г. Бийск, от 05.03.2022, в котором выражено согласие на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя комбинированного обозначения по заявке № 2020729044 в отношении вышеприведенного перечня товаров и услуг 29, 30, 35 классов МКТУ.

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

С учетом даты (05.06.2020) поступления заявки № 2020729044 на регистрацию товарного знака 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 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 7 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованием места происхождения товаров, охраняемым в соответствии с Кодексом, а также с обозначением, заявленным на регистрацию в качестве такового до даты приоритета товарного знака, за исключением случая, если такое наименование или сходное с ним до степени смешения обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, при условии, что регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 42 Правил 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 учётом 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 пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 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).

В соответствии с абзацем пятым пункта 6 статьи 1483 Кодекса регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в подпунктах 1 и 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

Согласно пункту 46 Правил согласие правообладателя составляется в письменной произвольной форме и представляется в подлиннике для приобщения к документам заявки.



Заявленное обозначение «АЛТАЙПЛОД» по заявке № 2020729044 является комбинированным, представлено в виде словесного элемента «АЛТАЙПЛОД», выполненного заглавными буквами русского алфавита, над которым расположена композиция в виде стилизованного изображения гор и ростка. Регистрация данного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров 29, 30 и услуг 35 классов МКТУ в соответствии с ходатайством об уточнении перечня от 26.04.2022.

Анализ заявленного комбинированного обозначения показал, что основным индивидуализирующим элементом в нем является словесный элемент «АЛТАЙПЛОД», поскольку он легче запоминается, и на него в первую очередь обращает внимание потребитель.

Противопоставленное наименование места происхождения товара «АЛТАЙСКИЙ МЁД», зарегистрированное за № 142, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами кириллицы. Правовая охрана предоставлена в отношении товара «пчелиный мёд» с указанием места происхождения товара Алтайский край.

Противопоставленное наименование места происхождения товара «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ», зарегистрированное за № 193, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами кириллицы. Правовая охрана предоставлена в отношении товара «мёд» с указанием места происхождения товара Республика Алтай.

Сопоставительный анализ основного элемента заявленного обозначения «АЛТАЙПЛОД» и противопоставленных наименований мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД» и «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ» на предмет их сходства показал следующее.

Часть «АЛТАЙ-» словесного элемента заявленного обозначения является производной от географического указания – места происхождения заявителя и места производства его товаров (Алтайский край).

Согласно словарно-справочным источникам информации (например, Большая энциклопедия в 62 томах, Т. 2, Издательство: «ТЕРРА», 2006, стр. 308-310) «АЛТАЙСКИЙ КРАЙ» представляет собой название субъекта Российской Федерации, расположенного на Западно-Сибирской равнине. Его площадь составляет 169,1 тыс. кв. км, население – 2607,4 тыс. человек. Административно-территориальное устройство – 11 городов краевого значения, 60 сельских районов, 1 ЗАТО. Столица субъекта – г. Барнаул. Основные отрасли промышленности Алтайского края: машиностроение и металлообработка (24,1 %), химическая и нефтехимическая (12,9 %), легкая (текстильная) (0,8 %), пищевая (18,7 %), горнодобывающая (полиметаллические руды, ртуть, золото и др.), мукомольно-крупяная и комбикормовая (13,0 %). Из пищевой промышленности наибольшее распространение получили мясная, сыродельная, маслодельная отрасли. Алтайский край – крупный производитель зерна, молока, мяса. Пчеловодство известно на Алтае с 18 в. Для развития пчеловодства в крае имеются хорошие естественные медоносы и обширные посевы гречихи.

Часть «-ПЛОД» означает «часть растения, развивающаяся из завязи цветка и содержащая семена» или «организм человека (животного) в утробе матери». Также данное слово может восприниматься в переносном значении, как «порождение, результат чего-нибудь» (см. Толковый словарь Ожегова, С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, 1949-1992, см. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/161214>).

Область деятельности заявителя, согласно представленным в материалы возражения документам, связана с производством пищевых продуктов растительного происхождения, что соотносится с общей композицией обозначения, формирующей его целостное восприятие.

Таким образом, наиболее вероятным представляется восприятие заявленного обозначения как связанного с разнообразными плодовыми культурами региона заявителя.

При таких обстоятельствах логическое ударение в слове «АЛТАЙПЛОД» приходится именно на часть «АЛТАЙ-», поскольку запоминание и образ обозначения в целом имеет связь именно с регионом заявителя.

Противопоставленное наименование места происхождения товара «АЛТАЙСКИЙ МЁД» представляет собой словосочетание, которое содержит указание на вид товара – «мёд» (сладкое сиропообразное вещество, вырабатываемое медоносной пчелой из нектара растений, см. Большой Энциклопедический словарь, <http://dic/academic.ru>) и место его происхождения – Алтайский край.

Согласно сведениям Интернет-ресурсов (например, <https://eda-land.ru/med/altajskij/>), «АЛТАЙСКИЙ МЕД» – это особый вид пчеловодческой продукции, который отличается не только неповторимым вкусом и ароматом, но и своей пользой. Уникальные полезные качества продукт приобретает благодаря особым природным условиям и уникальной природе Алтайского края. Это совершенно экологически чистая местность с мягким климатом, разнообразием целебных трав и чистейшим воздухом. Алтайский край условно можно поделить на равнинную и горную части, что позволяет получать разнообразный и весьма полезный мед. Как правило, пчеловоды выделяют четыре зоны. Это степная, лесостепная или подтаежная, предгорная и горно-лесная. Разнообразные травы и растения, которые сами по себе являются уникальными и целебными, позволяют пчелам делать невероятно полезный мед.

Противопоставленное наименование места происхождения товара «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ» также представляет собой словосочетание, содержащее указание на товар «мёд».

Республика Алтай – субъект Российской Федерации площадью 92,6 тыс. кв. км. Столица – г. Горно-Алтайск. Население 202,9 тыс. чел. Республика Алтай расположена на юге Западной Сибири в бассейне рек Бии и Катунь. Образована в 1992 г., относится к Западно-Сибирскому экономическому району. Главная отрасль сельского хозяйства – животноводство молочномясного направления. Население занимается разведением овец, коз, крупного рогатого скота. В республике также развито оленеводство, выращиваются яки, маралы, пятнистые олени. Сбором горного меда на Алтае занимаются многие поколения пчеловодов. Особенность местного горного меда в том, что его производят только из дикорастущих растений в экологически чистой зоне, около 2000 метров над уровнем моря, с определенным

микроклиматом. Горы — это экологически чистые местности, которые в меньшей степени испытывают последствия антропогенного воздействия. Их территории богаты разнообразными растениями: чабрецом, шалфеем, клевером, душицей, дикой ежевикой и т.д. Некоторые виды медоносов встречаются исключительно в горах. Большинство из них является лекарственными травами. Именно чистый воздух с минимальным уровнем загрязнения обуславливает качество продукта пчеловодства (<https://chestnaya-pchela.ru/sorta-meda/altajskij-gornyj-med-poleznye-svoystva>).

Мед – особый продукт. Существует несколько направлений оценки качества меда и продуктов, которые называются «медом». Основой для оценки качества являются стандарты (национальные и международные) (<https://ru.wikipedia.org/wiki/Мёд>). Так, с 1 января 2019 г. в качестве национального стандарта Российской Федерации взамен ГОСТ Р 54644-2011 введен межгосударственный стандарт ГОСТ 19792-2017 «Мед натуральный. Технические условия». Согласно пункту 5.1.6 ГОСТ 19792-2017 мед не должен содержать вещества, не свойственные его природному составу. При этом в пункте 4 ГОСТ 19792-2017 отмечено, что мед может иметь название географической местности, связанной с его происхождением: башкирский, дальневосточный, алтайский, сибирский и др.

Известность обозначений «АЛТАЙСКИЙ МЁД» и «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ» установлена в связи с регистрацией их в качестве наименований мест происхождения товаров (статья 1516 Кодекса), что является фактором, влияющим на вероятность смешения сопоставляемых обозначений.

Сходство словесного элемента заявленного обозначения «АЛТАЙПЛОД» и противопоставленных наименований мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД», «МЕД ГОРНОГО АЛТАЯ» обусловлено включением в состав сравниваемых обозначений однокоренных слов (части слова) «АЛТАЙ» / «АЛТАЙСКИЙ» / «АЛТАЯ», на которые падает логическое ударение в сравниваемых обозначениях. Иные словесные элементы имеют фонетические и визуальные отличия.

Вместе с тем коллегия принимает во внимание то, что смысловое сходство, в отличие от остальных признаков, может выступать в качестве самостоятельного критерия сходства обозначений.

В связи с этим анализ смыслового ассоциирования заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товаров, исходя из перечня товаров и услуг, для которых испрашивается регистрация заявленного обозначения, показал, что заявителем исключены любые продукты пчеловодства, а также товары, которые могут характеризоваться наличием меда в своем составе в качестве основного или преимущественного ингредиента.

Таким образом, для товаров 29 и 30 классов МКТУ, указанных в ходатайстве от 26.04.2022, смысловое ассоциирование заявленного обозначения



«АЛТАЙПЛОД» и наименований мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД», «МЕД ГОРНОГО АЛТАЯ» коллегией не установлено.

Что касается услуг 35 класса МКТУ, то часть из них связана с продажей товаров, при этом круг товаров в перечне не уточнен и, как следствие, может включать как продукты пчеловодства, так и продукты на основе меда.

Для признания сходства обозначений достаточно уже самой опасности, а не реального смешения их в глазах потребителя.

Применение заявленного обозначения для услуг, связанных с реализацией и увеличением спроса на товары, включая продукты пчеловодства (агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин;

предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в рекламных целях; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажи, оптовые продажи, розничные продажи, продажи через Интернет; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров, продвижение товаров и услуг третьих лиц; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в рекламных целях; телемаркетинг; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]), способно вызвать смешение сопоставляемых заявленного обозначения и наименований мест происхождения товаров, поскольку, как указано выше, имеются обстоятельства, усугубляющие вероятность их смешения, а именно известность противопоставляемых наименований мест происхождения товаров как средств индивидуализации товаров «мед», «пчелиный мед».

Для иных услуг 35 класса МКТУ заявленного перечня коллегия не усматривает возможности смыслового ассоциирования заявленного обозначения



«АЛТАЙПЛОД» и противопоставленных наименований мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД», «МЕД ГОРНОГО АЛТАЯ».

Резюмируя сказанное, коллегия признает заявленное обозначение



«АЛТАЙПЛОД» соответствующим пункту 7 статьи 1483 Кодекса в отношении товаров 29 класса МКТУ «композиции из обработанных фруктов; концентраты овощные для приготовления пищи; концентраты фруктовые для приготовления пищи; масло арахисовое; масло кукурузное пищевое; масло кунжутное пищевое; масло льняное пищевое; масло оливковое первого холодного отжима пищевое; масло оливковое пищевое; масло подсолнечное пищевое; масло рапсовое пищевое; мясо лиофилизированное; овощи лиофилизированные; салаты фруктовые [сухие, относящиеся к 29 классу МКТУ]; составы для приготовления бульонов [сухие, относящиеся к 29 классу МКТУ]; составы для приготовления супов [сухие, относящиеся к 29 классу МКТУ]; хлопья картофельные; цветы сухие съедобные; чипсы фруктовые; экстракты водорослей пищевые», товаров 30 класса МКТУ «блюда, лиофилизированные, в которых рис является основным ингредиентом; закуски легкие на основе хлебных злаков; заправки для салатов; изделия желейные фруктовые [кондитерские]; напитки на основе ромашки; напитки чайные; порошки для приготовления мороженого; продукты зерновые; продукты на основе овса; хлопья [продукты зерновые]; хлопья кукурузные; хлопья овсяные; цветы или листья, используемые в качестве заменителей чая; экстракт солодовый пищевой», услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги

посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на газеты для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление отзывов пользователей в коммерческих целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих целях; пресс-службы; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; профилирование

потребителей в коммерческих целях; расклейка афиш; регистрация данных и письменных сообщений; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая».

В отношении несоответствия заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса коллегией установлено следующее.



Противопоставленные товарные знаки «АЛТАЙ» [1] по свидетельству



№ 257201 и «АЛТАЙ» [2] по свидетельству № 185189 представляют собой комбинированные обозначения со словесным элементом «АЛТАЙ», выполненным буквами русского алфавита.

Противопоставленные товарные знаки «АЛТАЙ» [3] по свидетельству № 632425 и «АЛТАЙ» [4] по свидетельству № 716756 являются словесными, выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

Товарные знаки [1-3] зарегистрированы в отношении товаров 29 и 30 классов МКТУ. Товарный знак [4] охраняется в отношении услуг 42 класса МКТУ.

В противопоставленных товарных знаках индивидуализирующим элементом является словесный элемент «АЛТАЙ», имеющий идентичное во всех случаях звуковое воспроизведение и смысловое значение («Алтай» – название местности Сибирского федерального округа; также используется для обозначения Алтайских гор (Горный Алтай, Южный Алтай)).

В заявленном обозначении, как указывалось выше, часть «АЛТАЙ» наиболее вероятно воспринимается в качестве наименования местности, этот смысловой образ (образ региона) поддержан графическим элементом заявленного обозначения.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1-4] являются сходными фонетически и семантически благодаря полному вхождению в их состав одного и того же слова, которое в каждом случае определяет впечатление от знака / обозначения в целом.

С точки зрения визуального признака, коллегия также констатирует наличие признаков сходства, а именно: вид шрифта; графическое написание с учётом

характера букв (печатные, заглавные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написаны слова.

Таким образом, по совокупности факторов заявленное обозначение следует признать сходным с противопоставленными товарными знаками по свидетельствам №№ 257201, 185189, 632425, 716756. Степень сходства во всех случаях нельзя признать низкой, ввиду установленного сходства по большинству признаков.

Вероятность смешения спорного обозначения и противопоставленных товарных знаков определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

При оценке вероятности смешения заявленного обозначения и товарных знаков [1] и [3] коллегией приняты во внимание обстоятельства, связанные с ограничением испрашиваемого перечня товаров и предоставлением правообладателем противопоставленных регистраций №№ 257201 и 632425 письменного согласия (4) на регистрацию заявленного обозначения на имя заявителя в отношении ограниченного перечня товаров и услуг.

Противопоставленные товарные знаки [1] и [3] не являются общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками и не являются коллективными товарными знаками. При этом в исполнении заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков имеются графические отличия.

Таким образом, коллегия считает возможным учесть согласие индивидуального предпринимателя Степанова Валерия Анатольевича, Алтайский край, г. Бийск, от 05.03.2022 на регистрацию заявленного обозначения на имя заявителя в отношении товаров и услуг, указанных в письме-согласии и соответствующих требованиям заявителя согласно ходатайству от 26.04.2022.

Анализ однородности товаров 29, 30 и услуг 35 классов МКТУ, в отношении которых заявитель испрашивает правовую охрану заявленного обозначения, а также товаров и услуг, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки [2], [4], показал следующее.

Товарный знак [2] охраняется в отношении товаров 30 класса МКТУ – «кофе, чай, какао, сахар, рис, заменители кофе, мука и зерновые продукты, хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, мороженое, мед, сироп из патоки, дрожжи, пекарные порошки, соль, горчица, уксус (приправы), пряности, пищевой лед, вафли, печенье, карамель, конфеты, торты, мучные изделия».

Товарный знак [4] охраняется в отношении услуг 42 класса МКТУ – «обеспечение пищевыми продуктами и напитками; рестораны, бары; реализация товаров».

Все товары 30 класса МКТУ испрашиваемого заявителем перечня (блюда, лиофилизированные, в которых рис является основным ингредиентом; закуски легкие на основе хлебных злаков; заправки для салатов; изделия желейные фруктовые [кондитерские]; напитки на основе ромашки; напитки чайные; порошки для приготовления мороженого; продукты зерновые; продукты на основе овса; хлопья [продукты зерновые]; хлопья кукурузные; хлопья овсяные; цветы или листья, используемые в качестве заменителей чая; экстракт солодовый пищевой) однородны товарам 30 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [2], поскольку они относятся к общим родовым группам, имеют общие назначение, условия реализации и круг потребителей.

Так, «изделия желейные фруктовые [кондитерские]» соотносятся как вид-род с наименованием «кондитерские изделия», имеющимся в противопоставленном перечне.

«Закуски легкие на основе хлебных злаков», «блюда, лиофилизированные, в которых рис является основным ингредиентом», «продукты на основе овса», «хлопья [продукты зерновые]», «хлопья кукурузные», «хлопья овсяные», «экстракт солодовый пищевой» соотносятся с родовыми наименованиями «хлебобулочные изделия», «зерновые продукты», «рис», имеющимися в перечне товарного знака [2].

«Напитки на основе ромашки», «напитки чайные», «цветы или листья, используемые в качестве заменителей чая» однородны товарам «кофе, чай, какао, заменители кофе», поскольку характеризуются такими признаками, как взаимодополняемость, взаимозаменяемость, реализуются на соседних полках в

розничных торговых предприятиях, как следствие, имеют совместную встречаемость при продаже.

Товар «заправки для салатов» относится к родовой группе «приправы» и однороден товарам «горчица, уксус (приправы)» противопоставленного товарного знака [2].

Товар «порошки для приготовления мороженого» является однородным товару «мороженое» противопоставленного товарного знака [2], поскольку они имеют общий источник происхождения, в связи с чем являются сопутствующими, взаимозаменяемыми.

Услуги противопоставленного товарного знака [4] «реализация товаров» являются услугами продаж, то есть деятельностью по передаче вещей (товаров) в собственность другой стороне (покупателю) с взиманием за него платы.

Заявленные услуги «агентства по импорту-экспорту; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; продажи, оптовые продажи, розничные продажи, продажи через Интернет» имеют то же назначение, условия оказания и в связи с этим являются в высокой степени однородными услугам противопоставленного товарного знака [4].

Кроме того, родовые наименования услуг, содержащиеся в заявленном перечне (продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров, продвижение товаров и услуг третьих лиц), включающие такую область деятельности, как продажа / реализация товаров, также признаются однородными услугам

противопоставленного товарного знака [4], поскольку соотносятся с ними как род-вид.

Услуги «организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; производство программ телемагазинов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж» тесно связаны с реализацией / продажей товаров различных потребительских групп. Эти услуги могут быть признаны взаимодополняемыми с услугами противопоставленного товарного знака [4], имеющими общее целевое предназначение и по своей природе оказываемыми «в комплексе», что свидетельствует о возможности признания их однородными.

Услуга «демонстрация товаров» заявленного перечня представляет собой торгово-технологический процесс, при котором покупателю предоставляется доступ к товару для доведения наглядным способом информации о его потребительских свойствах различными способами, включая визуальное ознакомление с товаром или возможность тактильной оценки товара, или одорологическая оценка товара, или вкусовая оценка товара (дегустация), или демонстрация работы, или испытание товара в действии (см. ГОСТ Р 51303-2013). В связи с тесной связью данной услуги с услугами по продаже / реализации товаров и их взаимодополняемостью коллегия полагает обоснованным признание названных услуг однородными.

Остальные услуги 35 класса МКТУ, в том числе, рекламные, маркетинговые, услуги административные и т.д., исключают собственно услуги продаж, следовательно, имеют разные назначение и условия оказания, следовательно, могут быть признаны неоднородными услугам противопоставленного товарного знака [4].

Установленное сходство заявленного обозначения и товарных знаков по свидетельствам №№ 185189 и 716756 в своей совокупности с однородностью товаров и услуг, упомянутых выше, приводит к выводу об их сходстве до степени смешения и несоответствии заявленного обозначения для названных товаров и услуг пункту 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, заявленное обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 29, 35 классов МКТУ, для которых установлено его соответствие требованиям пунктов 6 и 7 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 03.11.2021, отменить решение Роспатента от 07.07.2021 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2020729044.