

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 18.10.2022, поданное ООО «Кондитерская фабрика «ПОБЕДА», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021732963 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Словесное обозначение «Георгиевский» по заявке №2021732963, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 28.05.2021, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 30 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 23.06.2022 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении товаров 30 класса МКТУ. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду его несоответствия требованиям пункта 1, пункта 3, пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение «Георгиевский» не обладает различительной способностью, указывает на

место нахождения заявителя и место производства товаров, в силу чего является неохраняемым и не может быть зарегистрировано на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.


Также, указанный элемент может порождать в сознании потребителей ассоциации с определенным местом производства товаров и/или местом нахождения заявителя, а именно, с товарами, производимыми на территории города Георгиевск, в связи с чем данный словесный элемент не способен индивидуализировать товары конкретного изготовителя.

Кроме того, поскольку заявленное обозначение представляет собой словесный элемент «Георгиевский», то оно не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на имя заявителя из города Москвы, как способное ввести потребителя в заблуждение относительно места нахождения заявителя и места производства товаров на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Также, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку является сходным до степени смешения с товарными знаками:

- « **ГЕОРГИЕВСКИЙ**
GEORGIEVSKIY » по свидетельству №566362, с приоритетом от 10.12.2014 в отношении однородных товаров 32 класса МКТУ [1];

- « **ГЕОРГИЕВСКОЕ**
GEORGIEVSKOE » по свидетельству №566361, с приоритетом от 10.12.2014 в отношении однородных товаров 32 класса МКТУ [2];

- «  » по свидетельству №379966, с приоритетом от 10.12.2014 в отношении однородных товаров 32 класса МКТУ [3];

- « **GEORGIEVSKAYA**
ГЕОРГИЕВСКАЯ » по свидетельству №304748, с приоритетом от 27.08.2004 в отношении однородных товаров 29, 32 классов МКТУ [4].

Также в решении экспертизы указано, что был учтен представленный заявителем скорректированный перечень товаров 30 класса МКТУ, который не является однородным товарам 29, 32 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №566362, №566361, №379966,

№304748, однако помимо оснований для отказа по пункту 6 статьи 1483 Кодекса, в качестве оснований для отказа также были указаны основания для отказа по пункту 1 и пункту 3 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение «Георгиевский» является полисемичным обозначением;

- заявитель скорректировал заявленный перечень товаров 30 класса МКТУ, оставив в заявке на регистрацию только следующие товары: «шоколад; изделия кондитерские на основе арахиса; изделия кондитерские на основе миндаля; изделия кондитерские сахаристые; изделия кондитерские фруктовые; карамели (конфеты); конфеты; конфеты лакричные (кондитерские изделия); конфеты мятные; конфеты мятные для освежения дыхания; марципан; орехи в шоколаде; палочки лакричные (кондитерские изделия); пастилки (кондитерские изделия); помадки (кондитерские изделия)»;

- слово «Георгиевский», не может быть истолковано в качестве одного из критериев, перечисленных как основания для отказа в регистрации в пункте 1 статьи 1483 Кодекса: оно не относится к простым геометрическим фигурам, линиям, числам; к общепринятым наименованиям; к отдельным буквам и сочетаниям букв, не обладающим словесным характером; не является изображением товаров, заявленных на регистрацию; сведениями, касающимися изготовителя товаров; общепринятым символом, характерным для отрасли хозяйства или области деятельности, условным обозначением или общепринятым термином науки и техники;

- заявленное обозначение «Георгиевский» не может характеризовать товар, его нельзя толковать как признак материала («шоколадный», «молочный»), органолептики («мягкий», «жидкий»), превосходства («исключительный», «замечательный»), веса, цвета, аромата, вкуса, качества, свойства, назначения;

- так, при формировании запроса в браузерах «Яндекс», Microsoft Edge и Google Chrome посредством набора слова «Георгиевский» в строке поиска ни в одном случае методом автоподстановки не была выдана подсказка относительно города в Ставропольском крае либо иного населенного пункта. Наиболее частыми были варианты: «крест», «собор», «собор Юрьева монастыря», «проспект в Зеленограде», также встречались подсказки «шоколад», «кавалер», «трактат»;

- по заказу заявителя был проведен социологический опрос, задачей которого являлось определение того, с чем ассоциируется обозначение «Георгиевский» с точки зрения совершеннолетних жителей Российской Федерации – потребителей шоколада, конфет и иных кондитерских изделий;

- по результатам исследования, оформленным в отчете, выяснилось, что наибольшие ассоциации у потребителей возникают с военной тематикой, кондитерскими изделиями, а также другими продовольственными продуктами;

- также заявитель обращает внимание на то, что в указанном экспертизой населенном пункте Георгиевск Ставропольского края не имеется собственных производств кондитерских изделий, которые были бы известны за пределами этого населенного пункта;

- существенной для рассматриваемого основания об отказе в регистрации товарного знака является также степень вероятной осведомленности потребителей о населенном пункте, противопоставленном заявленному обозначению. Согласно данным интернет-энциклопедии «Википедия», в муниципальном районе Георгиевский Ставропольского края проживают около 160.000 человек. Но указанный муниципальный район является лишь одним из 26 районов Ставропольского края;

- кроме того, в европейской части Российской Федерации имеется не менее 10 существующих населенных пунктов с наименованием «Георгиевский»;

- также нет причин для отказа в регистрации товарного знака на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса, так как скорректированный заявителем перечень товаров 30 класса МКТУ не является однородным товарам 29, 32 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки № 566362, № 566361, № 379966, №304748;

- согласно информации, имеющейся в открытых реестрах, адресом для переписки с правообладателем товарных знаков по свидетельствам №566362, №566361, №379966, №304748 указано: ПАО «Белуга Групп» (Правовой департамент), Якиманская наб., д. 4, стр. 1, Москва, 119180;

- как следует из информации в информационно-телекоммуникационной сети «интернет», размещенной на сайте www.belugagroup.ru, «Белуга Групп» позиционирует себя как «крупнейшую алкогольную компанию в России, лидера по производству водки и

ликеро-водочных изделий на этом рынке, а также одного из главных импортеров крепкого алкоголя в стране»;

- несмотря на обширный перечень товаров, внесенных в 29, 32 классы МКТУ, в информационно-коммуникационной сети «интернет» отсутствуют (не индексируются в результатах поисков на момент подготовки данных возражений) такие товары, как: арахис, горох, мармелад, и иные, относящиеся к классу 29 МКТУ; апельсины, виноград, какао-бобы и иные, относящиеся к классу 31 МКТУ, лимонады, напитки фруктовые, пиво и иные, относящиеся к классу 32 МКТУ, а также предложение этих товаров к продаже. Следовательно, товарными знаками по свидетельствам №304748, №379966, №566361, №566362 охраняется выпуск водки «Георгиевская», и осуществляется дополнительная охрана фирменного наименования «Завод Георгиевский»;

- таким образом, шоколад и конфеты, с одной стороны, и алкогольная продукция, с другой, являются товарами разных видов, разного функционального назначения, производятся из разных материалов, не являются взаимозаменяемыми;

- заявитель отмечает, что в 2009 году в отношении тождественного обозначения «Георгиевский» и товаров 30 класса МКТУ была подана заявка на регистрацию товарного знака №2009705135, товарный знак был зарегистрирован 30.04.2010 за №407730, правовая охрана товарного знака прекращена 17.03.2019 в связи с истечением срока действия исключительного права на товарный знак. Таким образом, наличие у обозначения «Георгиевский» различительной способности применительно к товарам 30 класса МКТУ в 2009-2010 годах возражений по результатам экспертизы не вызывало. Какого-либо существенного изменения обстоятельств за прошедшее время, кроме прекращения правовой охраны указанного знака, не произошло;

- ООО «Кондитерская Фабрика «ПОБЕДА» выпускало готовую продукцию – шоколад горький «Георгиевский». Общий объем выпуска составил 261.360 упаковок. Выпуск был прерван в связи с возникшей неопределенностью в правовой охране обозначения. Тем не менее, ООО «Кондитерская фабрика «ПОБЕДА» заинтересовано в выпуске продукции под указанным товарным знаком, что подтверждается, в том числе, фактом подачи рассматриваемой заявки на регистрацию.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021732963 в отношении заявленных товаров

30 класса МКТУ «шоколад; изделия кондитерские на основе арахиса; изделия кондитерские на основе миндаля; изделия кондитерские сахаристые; изделия кондитерские фруктовые; карамели (конфеты); конфеты; конфеты лакричные (кондитерские изделия); конфеты мятные; конфеты мятные для освежения дыхания; марципан; орехи в шоколаде; палочки лакричные (кондитерские изделия); пастилки (кондитерские изделия); помадки (кондитерские изделия)».

К возражению были приложены следующие материалы:

1. Копия Отчета о результатах социологического исследования от 20.12.2021;
2. Справка о выпуске продукции.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (28.05.2021) поступления заявки №2021732963 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 пунктом 1(3) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, общепринятые наименования.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Согласно пункту 35 Правил вышеуказанные элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

Согласно подпункту 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые приобрели различительную способность в результате их использования.

Для доказательства приобретения различительной способности, предусмотренной пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением, и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Согласно подпункту 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.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

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

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 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.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно 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.

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.

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.

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 обозначение «Георгиевский» является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров 30 класса МКТУ.

Коллегия отмечает, что заявителем было представлено ходатайство о сокращении заявленного перечня товаров 30 класса МКТУ до товаров 30 класса МКТУ «шоколад; конфеты».

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Словесный элемент «Георгиевский» представляет собой прилагательное от слова «Георгиевск» – город в России, в южной части Ставропольского края, центр Георгиевского района, входит в состав эколого-курортного региона Кавказские Минеральные Воды.

Крупный транспортный узел см. Большая Российская Энциклопедия (БРЭ), <https://gorodarus.ru/georgievsk.html>.

Данный географический объект (город Георгиевск) известен российскому потребителю, поскольку имеются многочисленные русифицированные ссылки в сети Интернет с информацией о данном географическом объекте (<https://www.tripadvisor.ru>, <https://www.georgievsk.ru/city/history.php>, <https://www.sanatory-mashuk.ru>, <https://tochka-na-karte.ru> › 602-Georgievsk, <http://narslovar.ru> › georgievsk, <https://mingitau.livejournal.com>). Исходя из данных источников информации можно сделать вывод об известности города Георгиевск российскому потребителю, поскольку он является популярным местом для туризма.

Коллегия отмечает, что применительно к широко известным географическим наименованиям для признания географической коннотации обозначения правдоподобной необязательно наличие доказательств известности производства в соответствующем месте конкретных товаров/оказания конкретных услуг (решение Суда по интеллектуальным правам от 14.06.2022 по делу №СИП-1190/2021).

Следовательно, ввиду известности города Георгиевск российскому потребителю, данный город может ассоциироваться у последних с местом производства товаров 30 класса МКТУ. В этой связи целесообразно обратить внимание, что обозначения, характеризующие товары (услуги), должны быть свободными для использования всеми производителями в гражданском обороте в соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, поскольку заявленное обозначение состоит только из неохраняемого элемента, оно не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Что касается материалов, представленных заявителем в качестве подтверждения приобретения заявленным обозначением различительной способности, то они не позволяют прийти к выводу, что до даты приоритета заявки №2021732963 заявленное обозначение воспринималось как знак маркировки товаров 30 класса МКТУ, оказываемых заявителем.

Коллегия отмечает, что представленная справка о выпуске продукции [2] не имеет исходных данных, в связи с чем не соответствуют критерию относимости доказательств и

не может быть учтена в качестве подтверждения приобретения различительной способности заявленным обозначением.

Кроме того, коллегия обращает внимание на то, что заявителем не представлены необходимые сведения о длительности и регулярности использования, а также сведения об информированности потребителя о товарах заявителя, маркированных знаком «Георгиевский».

Каких-либо социологических исследований, в том числе опроса общественного мнения, позволяющего оценить известность российскому потребителю заявленного обозначения как средства индивидуализации товаров заявителя представлено не было.

Представленный отчет о результатах социологического исследования от 20.12.2021 показал, что большинство опрошенных связало слово «Георгиевский» с военной тематикой.

Вместе с тем, в представленном отчете не был исследован вопрос о возможной ассоциации словесного элемента «Георгиевский» с географическим объектом.

С учетом вышеизложенного, коллегия пришла к выводу о том, что результаты исследования [1] не могут быть приняты во внимание.

На основании вышеизложенных фактов, нельзя сделать вывод о том, что обозначение «Георгиевский» приобрело различительную способность в качестве средства индивидуализации товаров заявителя.

При указанных обстоятельствах у коллегии отсутствуют основания считать неправомерным вывод Роспатента о том, что заявленное обозначение противоречит требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении товаров 30 класса МКТУ.

Что касается анализа соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.


Как было установлено выше, словесный элемент «Георгиевский» воспринимается как место происхождения заявленных товаров 30 класса МКТУ. Вместе с тем, заявителем является юридическое лицо из города Москвы, следовательно, заявленное обозначение, включающее словесный элемент «Георгиевский», способно ввести потребителя в заблуждение относительно места происхождения заявленных товаров 30 класса МКТУ и

не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленный товарный знак [1] является словесным « **ГЕОРГИЕВСКИЙ
GEORGIEVSKIY** », состоящим из словесных элементов «ГЕОРГИЕВСКИЙ GEORGIEVSKIY», выполненных стандартным шрифтом буквами русского и латинского алфавитов соответственно, в две строки. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 32 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [2] является словесным « **ГЕОРГИЕВСКОЕ
GEORGIEVSKOE** », состоящим из словесных элементов «ГЕОРГИЕВСКОЕ GEORGIEVSKOE», выполненных стандартным шрифтом буквами русского и латинского алфавитов соответственно, в две строки. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 32 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [3] является комбинированным «  », состоящим из стилизованного изображения Георгия Победоносца, над которым расположена стилизованная лента, на фоне которой расположен словесный элемент «ГЕОРГИЕВСКАЯ», выполненный оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 32 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак [4] является словесным « **GEORGIEVSKAYA
ГЕОРГИЕВСКАЯ** », состоящим из словесных элементов «GEORGIEVSKAYA ГЕОРГИЕВСКАЯ», выполненных стандартным шрифтом буквами латинского и русского алфавитов соответственно, в две строки. Правовая охрана предоставлена, в том числе, в отношении товаров 29, 32 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарных знаков [1-4] показал следующее.

Заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак [1] включают в себя фонетически и семантически тождественные словесные элементы «Георгиевский»/«ГЕОРГИЕВСКИЙ».

Заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [2-4] включают в себя сходные словесные элементы «Георгиевский»/«ГЕОРГИЕВСКОЕ»/«ГЕОРГИЕВСКАЯ», отличающиеся только окончанием «-ий»/«-ое»/«-ая».

Как указывалось выше, словесный элемент «Георгиевский» заявленного обозначения образован от «Георгиевск» – город в России, в южной части Ставропольского края.

Словесные элементы «ГЕОРГИЕВСКИЙ»/«ГЕОРГИЕВСКОЕ»/«ГЕОРГИЕВСКАЯ» противопоставленных товарных знаков [1-4] также образованы от «Георгиевск».

Таким образом, семантически сравниваемые обозначения характеризуются подобием заложенных в них понятий и идей и могут вызывать у потребителей одинаковые ассоциации, связанные с сыром, произведенным на предприятии в Георгиевске.

На основании указанного сравниваемые обозначения признаны сходными по семантическому фактору сходства словесных обозначений.

Заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1, 2, 4] выполнены стандартным шрифтом, что также сближает знаки по графическому критерию сходства.

Графическое отличие заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [3] не оказывает существенного влияния на вывод об их сходстве, поскольку графическая проработка противопоставленного товарного знака [3] не снимает высокой степени фонетического и семантического сходства их словесных составляющих, которое определяет запоминание знаков потребителями.

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

Анализ товаров, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

Товары 30 класса МКТУ «шоколад; конфеты» заявленного обозначения и товары 32 класса МКТУ «пиво; минеральные и газированные воды и прочие безалкогольные напитки; фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления напитков, в том числе: аперитивы безалкогольные; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды столовые; квас [безалкогольный напиток]; коктейли безалкогольные; лимонады; молоко арахисовое [напитки безалкогольные]; молоко миндальное [напиток]; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки фруктовые безалкогольные; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; пиво имбирное; пиво солодовое; порошки для изготовления газированных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; составы для изготовления газированной воды; составы для изготовления ликеров; составы для изготовления минеральной воды; составы для изготовления напитков; сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; таблетки для изготовления газированных напитков; щербет [напиток]; экстракты фруктовые безалкогольные; экстракты хмелевые для изготовления пива; эссенции для изготовления напитков» противопоставленных товарных знаков [1-4], поскольку относятся к разному виду товаров (кондитерские изделия/напитки безалкогольные и алкогольные), не соотносятся как род-вид, имеют разные условия производства и реализации.

Товары 30 класса МКТУ «шоколад; конфеты» заявленного обозначения и товары 29 класса МКТУ «арахис обработанный, бобы консервированные, горох консервированный, грибы консервированные, изюм, капуста квашеная, консервы овощные, консервы фруктовые, лук консервированный, овощи консервированные, оливки консервированные, паста томатная, порошок яичный, салаты овощные, супы овощные, травы пряно-вкусовые консервированные, фрукты замороженные, фрукты консервированные, хлопья картофельные, чипсы картофельные, яйца» противопоставленного товарного знака [4] не являются однородными, поскольку относятся к разному виду товаров (кондитерские

изделия/овощи, орехи, фрукты), не соотносятся как род-вид, имеют разные условия производства и реализации.

Вместе с тем товары 30 класса МКТУ «шоколад; конфеты» заявленного обозначения и товары 29 класса МКТУ «мармелад» противопоставленного товарного знака [4] являются однородными, поскольку относятся к одному родовому понятию – сладости, то есть указанные товары имеют одинаковое назначение, а также сходный круг потребителей и условия сбыта.

Кроме того, коллегия отмечает, что продукты питания являются товарами широкого потребления.

Учитывая высокую степень сходства заявленного обозначения с противопоставленным товарным знаком [4], коллегия полагает, что, в случае маркировки ими обозначенных выше товаров, существует угроза вызвать в сознании потребителя представление о принадлежности приведенных в их перечнях товаров 29 и 30 классов МКТУ одному лицу, что не соответствует действительности.

Данная позиция коррелируется с пунктом 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10.

Таким образом, однородность товаров 30 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака по заявке №2021732963, с товарами 29 класса МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана противопоставленному товарному знаку [4], и сходство самих обозначений свидетельствуют об их сходстве до степени смешения, и, как следствие, о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Довод заявителя о том, что он вел хозяйственную деятельность под обозначением «Георгиевский», является неубедительным, поскольку в рамках требования пункта 6 статьи 1483 Кодекса оценивается не фактическая деятельность, а объем правовой охраны товарных знаков.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 18.10.2022, оставить в силе решение Роспатента от 23.06.2022.