


ЗАКЛЮЧЕНИЕ по результатам рассмотрения возражения

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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 29.11.2023, поданное ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО – Каскад», Белгородская обл., г. Алексеевка (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022775038 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «  » по заявке №2022775038, поданной 21.10.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 29, 32 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки, в цветовом сочетании: «желтый, золотой, черный, светло-желтый, белый, коричневый, светло-коричневый, красный».

Роспатентом 31.07.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022775038 в отношении товаров 29, 32 классов МКТУ, с указанием словесных элементов «PREMIUM QUALITY», «Almond», формы бутылки с крышкой, элемента «®», реалистического изображения ядер миндаля в качестве неохраняемых элементов.

Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено следующее.

Заявленное обозначение выполнено в форме бутылки с крышкой, которая обусловлена исключительно функциональным назначением (упаковка для жидких веществ), в связи с чем, форма бутылки с крышкой признана не обладающей различительной способностью и является неохраняемым элементом на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Заявленное обозначение также включает следующие неохраняемые элементы: обозначение «®», не обладающее различительной способностью, поскольку представляет собой общепринятый символ, указывающий на правовую охрану обозначения; словесные элементы «PREMIUM QUALITY», «Almond», которые в переводе с английского языка на русский язык означают «премиальное качество», «миндаль» и реалистическое изображение ядер миндаля, которые указывают на свойства и состав товаров (основание пункт 1 статьи 1483 Кодекса).

Заявленное обозначение, представляющее собой форму упаковки товара (форму бутылки), состоит из комбинации простых и общераспространенных элементов.

Данная форма упаковки существенно не отличается от общепринятых и ожидаемых потребителем форм, что не позволит потребителю идентифицировать товар лишь по форме упаковки при совершении покупки.

Очевидно, что бутылки различных производителей, огромное количество которых присутствует на рынке, не являются абсолютно одинаковыми и немного отличаются по высоте, ширине, объему и т.п., при

этом на рынке присутствуют различные варианты бутылок, имеющих форму, сходную с формой заявленного к регистрации обозначения.

Указанные заявителем особенности формы бутылки не являются оригинальными и легко узнаваемыми, следовательно, форма бутылки не обладает различительной способностью.

Дополнительные материалы, представленные заявителем в подтверждение приобретенной различительной способности заявленной формы бутылки, были проанализированы экспертизой и был сделан вывод о том, что они не являются достаточными для признания заявленной формы упаковки товара охраноспособной.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 29.11.2023 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 31.07.2023.

Доводы возражения, поступившего 29.11.2023, а также последующих дополнений к нему сводятся к следующему.

Заявленная форма бутылки является оригинальной, её отличительные признаки не обусловлены исключительно функциональным назначением. В частности, трапециевидная форма корпуса бутылки отличает её от большинства аналогичных упаковок, выполненных в цилиндрических, округлых формах.

Таким признаками заявленной формы, как фигурные каплевидные углубления на боковых гранях бутылки, горизонтальные насечки на лицевой части бутылки, горизонтальные углубления в нижней части лицевой и обратной стороны бутылки, углубление в виде двух соединённых полос, образующих острый угол, на лицевой части бутылки не связаны с назначением товара, а обусловлены исключительно творческим подходом заявителя.

Роспатент не доказал, что заявленная форма бутылки является традиционной или безальтернативной для изделий того же назначения, а значит, не доказал вывод об отсутствии у неё различительной способности.

Заявитель при содействии ООО «Институт Общественного Мнения Анкетолог» провел социологический опрос, согласно которому было установлено, что более половины опрошенных (58,2 %) считают упаковку растительного масла «Altero» оригинальной, отличной от иных упаковок данного продукта, представленных на рынке. При этом в качестве отличительной черты в первую очередь респонденты называют трапециевидную форму бутылки (79,4 %), далее – выемки в форме угла на лицевой стороне бутылки (40,2 %), каплевидные выемки на боковых плоскостях бутылки (39,9 %) (стр. 5 Отчета).

При демонстрации респондентам фотографий бутылок масла «Altero» без этикетки подавляющее большинство идентифицировало их как емкость, в которой продается растительное масло под брендом «Altero» (74,0 %).

На момент проведения опроса подавляющему большинству опрошенных (84,2 %) был знаком бренд растительного масла «Altero». При этом большинству респондентов (в совокупности 55 %) растительное масло «Altero» именно в бутылках заявленной формы известно от 3-х до 10-ти лет, то есть достаточно продолжительное время.

Полученные результаты свидетельствуют о наличии у заявленного обозначения не только изначальной различительной способности, но и приобретенной.

С 2007 года, то есть ранее даты подачи заявки №2022775038 и по настоящее время, масло «Altero» в заявленной форме бутылки продавалось и продается на всей территории России, что подтверждается справкой об общем объеме продаж растительного масла «Altero», информацией о рекламных компаниях, проводимых в 2007 – 2013гг., участием на всероссийских конкурсах и фестивалях, публикациями в социальных сетях: Instagram¹, Вконтакте, на Интернет сайтах различных кулинарных журналов встречаются.

На основании изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022775038 в

отношении всех заявленных товаров с указанием формы заявленного объемного обозначения в качестве охраняемого элемента.

В подтверждение своих доводов заявителем с возражением и на этапе экспертизы были представлены следующие документы:

- отчет «Институт Общественного Мнения Анкетолог» по результатам опроса, 2023г. – [1];
- справка об общем объеме продаж растительного масла «Altero» на территории России за период с 2008-2011 гг. – [2];
- презентация о бренде растительных масел «Altero» – [3];
- сведения о IX Ежегодном фестивале качества сыров, масла, майонезов, масложировой продукции за 2011 г. – [4];
- сведения о XIII Ежегодного фестиваля качества масла, сыров и масложировой продукции за 2015 г. – [5];
- итоги XIV Ежегодного фестиваля качества масла, сыров и масложировой продукции за 2016 г. – [6];
- справка о затратах на продвижение (рекламу) на территории России растительного масла «Altero» за период с 2010 – 2022 гг. – [7];
- анализ посещаемости Интернет-сайта <https://altero.ru/> за период 2018-2022 гг. – [8];
- распечатка из сети Интернет статьи в кулинарном Интернет-журнале «Гастрономъ» – [9];
- договор поставки « МФК-5Д-ДП-БД-9491-2020 от 03.12.2020 – [10];
- договор № Н 11916 от 01.04.2023– [11];
- договор № ГК/1796/12 от 01.04.2012 – [12];
- договор поставки № 6-1-100/000691-20 от 23.06.2020 – [13];
- скриншот сайта EUIPO в отношении патента на промышленный образец №002387787-0001 – [14];
- распечатки с сайта 100 best.ru Всероссийского конкурса качества «100 лучших товаров России» за 2000, 2004, 2006, 2008, 2009, 2010, 2011,

2012 г., содержащие сведения о масле подсолнечном «Altero Vitality», «Altero Beauty», «Altero» – [15];

- выдержки из аналитического отчета по итогам социологического опроса Российских потребителей «Характер сравнительного восприятия формы бутылки для подсолнечного масла «Altero» и формы бутылки для подсолнечного масла «Almador», Москва, 2019г.», проведенного компанией «Аналитическая социология» – [16].

Изучив материалы дела, и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении возражения, поступившего 29.11.2023, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (21.10.2022) заявки № 2022775038 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 Минэкономразвития России от 20.07.2015 г. № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015 г., рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) 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;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с подпунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

1) приобрели различительную способность в результате их использования;

2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;
- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;
- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности 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.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение



является комбинированным, выполненным в виде бутылки, в цветовом сочетании: желтый, золотой, черный, светло-желтый, белый, коричневый, светло-коричневый, красный.

Регистрация товарного знака по заявке №2022775038 с учетом уточненного перечня, представленного в ответе на уведомление о результатах проверки соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства, поступившего в Роспатент 24.07.2023, испрашивается в отношении следующего перечня товаров:

- 29 класса МКТУ *«жиры животные пищевые с добавлением миндального масла; жиры пищевые с добавлением миндального масла; масла пищевые; масло оливковое пищевое с добавлением миндального масла; масло подсолнечное пищевое с добавлением миндального масла; молоко; молоко соевое с добавлением миндального масла; напитки молочнокислые с добавлением миндального масла; продукты молочные с добавлением миндального масла»;*


- 32 класса МКТУ *«напитки безалкогольные с добавлением миндального масла».*

Входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «PREMIUM QUALITY», «Almond», обозначение «®» и реалистическое изображение ядер миндаля являются неохраняемыми на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладают различительной способностью, что заявителем не оспаривается.

Согласно доводам возражения заявитель оспаривает решение Роспатента от 31.07.2023 в части указания формы бутылки в качестве неохраняемого элемента.

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



В заявленном обозначении «  » изображение формы бутылки характеризует тару, либо емкость для хранения и реализации жидких продуктов.

При этом изображение таких элементов бутылки, как крышки круглой формы, округлой горловины, покатым плечиков, переходящих в удлиненное тулово бутылки является традиционным изображением для бутылок.

Что касается изображения в форме углубления, расположенных на фронтальной части тулова бутылки, то подобные элементы предназначены для расположения на них фирменной эмблемы (этикетки), в связи с чем не придают заявленной бутылке оригинальности, способной выделить ее из ряда других бутылок.

Таким образом, указанные элементы формы бутылки недостаточно оригинальны для целей индивидуализации товаров 29, 32 классов МКТУ, в связи с чем форма бутылки в целом не обладает различительной способностью, следовательно, не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Подобным обозначениям может быть предоставлена правовая охрана только в том случае, если заявитель представит убедительные доказательства того, что заявленное обозначение ассоциируется именно с его товарами в

результате длительного и интенсивного использования для маркировки данных товаров до даты подачи заявки.

Заявителем представлены документы [1-16], свидетельствующие, по его мнению, о приобретенной различительной способности заявленного обозначения.

Анализ коллегией указанных документов показал следующее.

Аналитический отчет [16] касается характера сравнительного восприятия формы бутылки для подсолнечного масла «ALTERO» и формы бутылки для подсолнечного масла «ALMADOR» и не содержит мнения потребителей о приобретенной различительной способности заявленного обозначения в том виде, как оно было заявлено на регистрацию в качестве товарного знака.

Проведение опроса [16] всего в 6 городах (Москва, Санкт-Петербург, Волгоград, Вологда, Самара, Ростов-на-Дону) Российской Федерации также не позволяет определить репрезентативность выборки и оценить мнение опрошенных с учетом более широкого географического охвата иных субъектов Российской Федерации.

Отчет по результатам социологического опроса по теме «Оценка формы бутылки Altero» [1] касается оценки оригинальности формы бутылки масла «ALTERO» с объемом выборки в 500 человек, купивших растительное масло за последние 6 месяцев. По результатам исследования более половины опрошенных (58,2 %) считают представленную форму бутылки оригинальной, отличной от традиционных упаковок растительного масла. В качестве основного отличия от других продуктов называлась именно трапециевидная форма бутылки (79,4 %). Также значимыми отличиями являются наличие выемки в форме угла на лицевой стороне бутылки (40,2 %) и каплевидная выемка на боковой плоскости бутылки (39,9 %).

Вместе с тем, в опросе [1] представленная упаковка идентифицируется подавляющим большинством опрошенных (74 %) как бутылка растительного масла бренда «ALTERO», а не как средство индивидуализации в целом

заявленных товаров заявителя. Известность бренда «ALTERO» большинству участников (84,2 %) на момент проведения исследования не предполагает известность заявленного обозначения в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака. Указание в опросе [1] географии как «Россия» не позволяет определить количество участвующих городов, округов, регионов (субъектов), что является существенным условием для оценки репрезентативности выборки с учетом географического охвата. Анкеты Интернет-опроса [3] не представлены.

Справка [2], итоги фестивалей [4-6], распечатка с сайта altero.ru [8], статья [9] не содержат указания на заявленное обозначение в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака.

Из презентации [3], итогов фестивалей [4-6] не усматривается, каким образом осуществлялись данные мероприятия, а также какое количество потребителей с ними было знакомо. Из данных документов [4-6] также не представляется возможным оценить, что потребители воспринимали изображение формы бутылки в качестве средства индивидуализации заявленных товаров.

Справка [2] об общем объеме продаж растительного масла «Altero» на территории России за период с 2008-2011 гг., справка о затратах на продвижение (рекламу) за период с 2010 – 2022 гг. [7] подписаны генеральным директором и не подтверждены фактическими сведениями.

Довод справки [2] о том, что география продаж растительного масла «Altero» на территории Российской Федерации охватывает все субъекты, является декларативным.

В справке [2] обозначено, что масло «Altero» поставляется в крупные торговые сети: АО «Тандер», АО «Торговый дом «Перекресток», ООО «Ашан», ООО «Европа», АО «Вкусвилл». Документов о поставках масла в какие-либо иные супермаркеты и магазины Российской Федерации не имеется.

Договоры поставки [10], [13] датированы декабрем 2020г. и июнем 2020г., то есть незадолго до даты (21.10.2022) приоритета рассматриваемой заявки. К договорам поставки [11], [12], которые датированы апрелем 2013, 2012гг., приложены счет-фактуры, которые датированы 2020-2021гг., то есть относятся к периоду незадолго до даты (21.10.2022) приоритета рассматриваемой заявки.

При этом из договоров о поставках [10], [11], [12], [13] не представляется возможным оценить, что растительное масло поставлялось именно в заявленной бутылке и потребители однозначно идентифицировали ее как средство индивидуализации растительного масла, а не в качестве обычной тары или емкости, в которой товар расфасован и предложен к продаже. Кроме того, следует также отметить, что согласно счетам-фактурам приложенным к названным договорам осуществлялась поставка растительного масла не только под обозначением «Altero», но и «Слобода».

Анализ посещаемости Интернет-сайта <https://altero.ru/> [8] не дает исчерпывающих сведений о том, какое количество потребителей масла были знакомы с заявленным обозначением.

Статья в кулинарном Интернет-журнале «Гастрономъ» [9] касается рецепта по приготовлению блюда, в котором использовалось масло «Altero», и каких-либо дат, документов по использованию не содержит.

Таким образом, у коллегии нет оснований считать, что изображение формы бутылки по заявке №2022775038, в том виде как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака, приобрело различительную способность в результате длительного и интенсивного использования, и заявленное обозначение в целом воспринимается в качестве средства индивидуализации товаров 29, 32 классов МКТУ.

На основании вышеизложенного, у коллегии есть основания считать, что форма заявленного объемного обозначения в виде бутылки не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, что правомерно

указано в заключении по результатам экспертизы, и коллегия не находит правовых оснований для отмены решения Роспатента от 31.07.2023.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 29.11.2023, оставить в силе решение Роспатента от 31.07.2023.