

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления


Коллегия в порядке, установленном частью четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утверждёнными 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) (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 18.03.2022 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Простые решения», Алтайский край (далее – заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021752333, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ» по заявке № 2021752333, поданной 18.08.2021, было заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 03 и 05 классов МКТУ, указанных в заявке.

Роспатентом 02.12.2021 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021752333. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в отношении всех заявленных товаров по причине его несоответствия требованиям пунктов 6 и 7 статьи 1483 Кодекса.

Согласно заключению по результатам экспертизы заявленное обозначение сходно до степени смешения:



- с товарным знаком «» по свидетельству № 579917 с приоритетом от 12.05.2015, зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Алтэя», Алтайский край, г. Бийск, в отношении товаров 03, 05, 30 классов МКТУ, однородных заявленным товарам 03, 05 классов МКТУ;

- 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); Обществу с ограниченной ответственностью «Дарю тебе Алтай», Алтайский край, Бийский р-он, п. Семеновод (свидетельство № 142/6, дата подачи заявки: 08.12.2020); Обществу с ограниченной ответственностью «Мёд Алтая», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/7, дата подачи заявки: 19.02.2021); Обществу с ограниченной ответственностью «Медоводье», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/8, дата подачи заявки: 19.02.2021); Сельскохозяйственному потребительскому снабженческо-сбытовому перерабатывающему кооперативу «АПИС», Алтайский край, Красногорский район, с. Тайна (свидетельство № 142/9, дата подачи заявки: 19.02.2021);

- 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); Власенко Маргарите Николаевне, Республика Алтай, г. Горно-Алтайск (свидетельство № 193/2, дата подачи заявки: 06.07.2020).

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 18.03.2022, заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными наименованиями мест происхождения товаров;

- заявитель осуществляет предпринимательскую деятельность в области производства и продажи биологически активных добавок к пище, в отличие от сферы применения противопоставленных наименований мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД» и «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ»;

- слова «АЛТАЙСКИЙ» и «АЛТАЙ» не ассоциируются у потребителей исключительно с деятельностью по сбору и заготовке мёда, что подтверждается результатами поисковых запросов в системе «Яндекс»;

- в Российской Федерации зарегистрировано большое число товарных знаков, содержащих слова «АЛТАЙСКИЙ» и «АЛТАЙ», не признанных сходными до степени смешения с противопоставленными наименованиями мест происхождения товаров, например, товарные знаки: «ALTAISKIY SPASATEL» по свидетельству № 689092, «АЛТАЙСКИЙ» (комб.) по свидетельству № 517718, «АЛТАЙСКИЙ ДАР ALTAI GIFT» (комб.) по свидетельству № 521931, «АЛТАЙСКИЙ ТРАВНИК» по свидетельству № 660673, «АЛТАЙСКИЙ ЭЛИКСИР» (комб.) по свидетельству № 596615, «АЛТАЙСКИЙ ЛЕКАРЬ» (комб.) по свидетельству № 557471, «АЛТАЙСКИЙ КЕДР» (комб.) по свидетельству № 480486, «АЛТАЙСКИЙ НЕКТАР» (комб.) по свидетельству № 716424, «АЛТАЙСКИЙ СТАРОЖИЛ» (комб.) по свидетельству № 709442, «АЛТАЙСКИЙ МАРАЛЁНОК» по свидетельству № 647485, «АЛТАЙСКИЙ БУКЕТ» по свидетельству № 309442, «АЛТАЙСКИЙ СПАСАТЕЛЬ» по свидетельству № 632704;

- прилагательное «АЛТАЙСКИЙ» означает: «1) относящийся к Алтаю, алтайцам, связанный с ними; 2) свойственный алтайцам, характерный для них и для Алтая; 3) принадлежащий Алтаю, алтайцам; 4) созданный, выведенный и т.п. на Алтае или алтайцами» (см., например, Толковый словарь Ефремовой. Т.Ф. Ефремова, 2000, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/137932>);

- существительное «МЁД» является прямым указанием на товар;

- «АЛТАЙСКИЙ МЁД» – один из двух наиболее известных региональных брендов мёда в России (наряду с башкирским), производится на территории Алтайского края и Республики Алтай;

- в заявляемом обозначении прилагательное «АЛТАЙСКИЕ» использовано в женском роде, множественном числе, поэтому семантически воспринимается иначе, чем прилагательное мужского рода «АЛТАЙСКИЙ» в словосочетании «АЛТАЙСКИЙ МЁД»;

- в словосочетании «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ» обозначение «АЛТАЙ» является географическим объектом в Южной Сибири и Центральной Азии, что также иначе воспринимается по сравнению с заявленным обозначением;

- входящее в состав заявляемого обозначения слово «ТРАДИЦИИ» имеет значение «обычай, установившийся порядок в поведении, в быту» или «то, что перешло от одного поколения к другому, что унаследовано от предшествующих поколений (например идеи, взгляды, вкусы, образ действий, обычаи)» (Толковый словарь Ожегова, С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, 1949-1992, см. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/243910>); «то, что переходит или перешло от одного поколения к другому путем предания, устной или литературной передачи (напр. идеи, знания, взгляды, образ действий, вкусы и т.д.)» или «обычай, укоренившийся порядок в чем-нибудь (в поведении, быту и т.д.)» (Толковый словарь Ушакова, Д.Н. Ушаков, 1935-1940, см. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1056706>);

- слово «ТРАДИЦИИ» не связано с мёдом или чаем и также не ассоциируется у потребителей с деятельностью по их сбору и заготовке;

- заявленное обозначение «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ» является семантически нейтральным относительно заявленных товаров;

- заявленное обозначение «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ» не является сходным до степени смешения с противопоставленным товарным знаком со словесным элементом «ТРАДИЦИИ АЛТАЯ»;

- Кодекс не предусматривает запрета использования разными лицами обозначений таким образом, что потребитель не будет введен в заблуждение;

- при решении вопроса о сходстве обозначений следует использовать также общедоступную информацию;

- заявитель осведомлен, о том, что использование обозначений в гражданском обороте не снимает оснований, предусмотренных пунктом 6 статьи 1483 Кодекса, однако, просит учесть фактическое использование обозначений, поскольку потребитель понимает, что речь идет не об одном и том же товарном знаке;

- компания заявителя много лет производит продукцию, маркированную обозначением «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ» (биологически активные добавки для поддержания здоровья и нормализации работы всех систем и функций организма);

- товары заявителя реализуются на «маркетплейсах» и в розничных магазинах.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента по заявке № 2021752333 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Декларация от 13.09.2021 о соответствии концентратов пищевых, производимых заявителем, требованиям безопасности и качества.

2. Распечатка с сайта <https://www.wildberries.ru/brands/altayskie-traditsii>.

3. Распечатка с сайта <https://4fresh.ru/brands/altayskie-traditsii#br-history>.

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

С учётом даты (18.08.2021) поступления заявки № 2021752333 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, утверждённые 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).

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке № 2021752333 заявлено словесное обозначение «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита в одну строку. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 03 и 05 классов МКТУ, указанных в заявке.

Оспариваемое решение Роспатента основано на выводе о несоответствии заявленного обозначения требованиям пунктов 6 и 7 статьи 1483 Кодекса.

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 заявленного обозначения «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ» и противопоставленных наименований мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД» и «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ» на предмет их сходства показал следующее.

Словосочетание «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ» не относится к устойчивым, поскольку отсутствует в словарных источниках (<https://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=%D0%90%D0%9B%D0%A2%D0%90%D0%99%D0%A1%D0%9A%D0%98%D0%95+%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%94%D0%98%D0%A6%D0%98%D0%98&from=ru&to=xx&did=&stypе=>), что позволяет

проводить оценку заявленного обозначения как по словосочетанию в целом, так и по каждому из слов в отдельности.

Слово «АЛТАЙСКИЕ» в составе заявленного обозначения является указанием географического наименования – места производства товаров заявителя.

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 – 2 607,4 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.

Слово «ТРАДИЦИИ», как справедливо отмечено в возражении, означает «обычай, установившийся порядок в поведении, в быту» или «то, что перешло от одного поколения к другому, что унаследовано от предшествующих поколений (например идеи, взгляды, вкусы, образ действий, обычаи)» (Толковый словарь Ожегова, С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, 1949-1992, см. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/243910>).

Таким образом, заявленное обозначение означает нечто переходящее от одного поколения к другому, установившиеся идеи, взгляды, вкусы в регионе заявителя.

Противопоставленное наименование места происхождения товара «АЛТАЙСКИЙ МЁД» представляет собой словосочетание, которое содержит

указание на вид товара – «мёд» (сладкое сиропобразное 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. Еще одна особенность данного края в том, что там растут не только сельскохозяйственные медоносные растения, которые многие пасечники сажают намеренно, но и дикорастущие, которые имеют неоценимую пользу. Алтайские пчелы тоже считаются уникальными, поскольку они готовы работать с самыми разными медоносными растениями. Они трудятся в тайге, собирают нектар с разнообразных растений, и это позволяет им делать гораздо больше целебного меда.

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 с 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.

Перечень товаров, в отношении которых испрашивается регистрация заявленного обозначения, составляют пищевые добавки, биологически активные добавки, косметические средства, а также напитки.

Следует отметить, что понятие «ТРАДИЦИИ» с учетом установленного выше значения применимо также к такому продукту как мед. В каждом пчеловодческом районе есть свои обычаи и традиции сбора меда. Именно длительность и традиционность такого вида деятельности как пчеловодство и сбор меда обусловили появление наименований «АЛТАЙСКИЙ МЁД» и «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ», как

наименований место происхождения товаров, то есть охраняемых в соответствии с Кодексом обозначений, отнесенных законом к средствам индивидуализации товаров.

Данные обстоятельства свидетельствуют о том, что потребители привыкли к применению слова «ТРАДИЦИИ» по отношению к пчеловодству и сбору меда в Алтайском крае и Республике Алтай, следовательно, довод заявителя о том, что заявленное обозначение никоим образом не ассоциируется с известными потребителям охраняемыми наименованиями, индивидуализирующими мед, не может быть признан убедительным.

Анализ вышеизложенного в своей совокупности позволяет заключить, заявленное обозначение «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ», предназначенное для маркировки пищевых добавок, биологически активных добавок, косметических средствах, а также напитков, которые могут быть взаимозаменяемы с продуктами пчеловодства и обладают с ними совместной встречаемостью, ассоциируются с медом, происходящим из Алтайского края и Республики Алтай.

Изложенное обуславливает смысловое сходство заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товара. Следует отметить, что смысловое сходство, в отличие от остальных признаков, может выступать в качестве самостоятельного критерия сходства обозначений.

Фонетическое сходство заявленного обозначения «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ» и противопоставленного наименования места происхождения товара «АЛТАЙСКИЙ МЁД» обусловлено практически полным совпадением одного из словесных элементов сравниваемых обозначений («АЛТАЙСКИЕ» / «АЛТАЙСКИЙ»), на который падает логическое ударение в сравниваемых словосочетаниях. Иные словесные элементы имеют фонетические отличия. Однако, в данном случае превалирует смысловой критерий.

Фонетическое сходство заявленного обозначения «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ» и противопоставленного наименования места происхождения товара «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ» обусловлено включением в

состав сравниваемых обозначений однокоренных слов «АЛТАЙСКИЕ» / «АЛТАЯ», в которых имеются одинаковые буквосочетания, расположенные в начальной части сравниваемых слов. Иные словесные элементы имеют фонетические отличия. Однако, в данном случае превалирует смысловой критерий.

Что касается графического признака сходства словесных элементов, то использование во всех случаях стандартного шрифта не позволяет сделать вывод о возможности ведущей роли визуального критерия. Выполнение всех обозначений буквами русского алфавита графически сближает сравниваемые обозначения.

При сопоставлении рассматриваемых обозначений необходимо также учитывать, что противопоставленные средства индивидуализации «АЛТАЙСКИЙ МЁД» и «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ» представляют собой зарегистрированные в установленном порядке наименования мест происхождения товаров, то есть производные от наименований географических объектов обозначения, охраняемые в качестве средств индивидуализации товаров, ставшие известными в результате их использования в отношении товаров (мед), особые свойства которых исключительно или главным образом определяются характерными для Алтайского края и Республики Алтай условиями и людскими факторами (см. пункт 1 статьи 1516 Кодекса).

То обстоятельство, что заявленный перечень включает иные товары (не мёд) не свидетельствует об отсутствии ассоциаций заявленного обозначения с охраняемыми наименованиями мест происхождения товаров, что соотносится с положениями пункта 7 статьи 1483 Кодекса, которые применяются по отношению к любым товарам (однородность не применяется).

С учетом сказанного, коллегия приходит к выводу о правомерности доводов экспертизы о сходстве заявленного обозначения с наименованиями мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД» и «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ».

Заявитель не обладает исключительным правом на противопоставленные наименования мест происхождения товаров, сведений о намерении получения такого права не представлял.

Таким образом, заявленное обозначение не соответствует пункту 7 статьи 1483 Кодекса.


Приведенные заявителем примеры регистраций товарных знаков со словом «АЛТАЙСКИЙ» не являются основанием для отмены оспариваемого решения. Каждое обозначение уникально и возможность его регистрации рассматривается индивидуально. При этом коллегия отмечает, что часть приведенных заявителем товарных знаков имеют более ранний по отношению к зарегистрированному наименованию места происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД» приоритет. Кроме того, важной является оценка элементов обозначений с точки зрения их роли в составе обозначения. В большинстве представленных примеров, в отличие от заявленного обозначения, существительное порождает самостоятельный смысловой образ, меняя тем самым семантическое восприятие слова «АЛТАЙСКИЙ».

В решении Роспатента от 02.12.2021, которым отказано в государственной регистрации заявленного обозначения, противопоставлен также товарный знак



«» по свидетельству № 579917.



Противопоставленный товарный знак «» по свидетельству № 579917 (приоритет от 12.05.2015) является комбинированным, выполнен в виде фантазийной фигуры, внутри которой расположен изобразительный элемент и словосочетание «ТРАДИЦИИ АЛТАЯ», выполненное в две строки буквами русского алфавита. Правообладателем данного товарного знака является Общество с ограниченной ответственностью «Алтэя», Алтайский край, г. Бийск, правовая охрана действует в отношении товаров 03 класса МКТУ – «бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; вода ароматическая; гели для массажа, за исключением используемых для медицинских целей; дезодоранты для человека или животных; кремы для кожи; воски для кожи; кремы косметические;

крема косметические отбеливающие; лаки для волос; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; маски косметические; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; молочко туалетное; мыла; наборы косметические; пасты зубные; порошки зубные; препараты для ванн косметические; препараты для гигиенических целей, относящиеся к категории парфюмерно-косметических, туалетные принадлежности; препараты для интимной гигиены, дезодоранты; препараты для осветления кожи; препараты солнцезащитные; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; средства для загара косметические; средства для ухода за кожей косметические; средства косметические; шампуни; шампуни сухие», товаров 05 класса МКТУ – «бальзамы медицинских целей; вещества диетические для медицинских целей; добавки минеральные пищевые; добавки пищевые; добавки пищевые ферментные; конфеты лекарственные; лосьоны для фармацевтических целей; масла лекарственные; напитки диетические для медицинских целей; пастилки для фармацевтических целей; питание детское; препараты бальзамические для медицинских целей; препараты биологические для медицинских целей; препараты витаминные; препараты для ванн лечебные; препараты для ухода за кожей фармацевтические; препараты лекарственные для ванн; продукты диетические пищевые для медицинских целей; сиропы для фармацевтических целей; соли для ванн для медицинских целей; средства вспомогательные для медицинских целей; средства дезинфицирующие для гигиенических целей; средства для ухода за полостью рта медицинские; средства тонизирующие (лекарственные препараты); чаи лекарственные; чаи травяные для медицинских целей; эликсиры (фармацевтические препараты)», товаров 30 класса МКТУ – «напитки чайные; настои нелекарственные; чай».

Основным «сильным» элементом противопоставленного товарного знака, обуславливающим его индивидуализирующую способность, является словесный элемент «ТРАДИЦИИ АЛТАЯ».

Словесные элементы «АЛТАЙСКИЕ ТРАДИЦИИ» и «ТРАДИЦИИ АЛТАЯ» по фонетическому фактору сходства характеризуются полным вхождением части

«ТРАДИЦИИ», обладающей значительной фонетической длиной и способствующей выводу о фонетическом сходстве сравниваемых обозначений в целом. Включение в состав сравниваемых обозначений однокоренных слов «АЛТАЙСКИЕ» / «АЛТАЯ», в которых имеются одинаковые буквосочетания, расположенные в начальной части сравниваемых слов, усугубляет вывод о фонетическом сходстве обозначений.

Смысловое и визуальное сходство сравниваемых обозначений обеспечивается за счет использования во всех случаях одного и того же слова «ТРАДИЦИИ». Присутствие элементов «АЛТАЙСКИЕ» / «АЛТАЯ» не меняет вывода о смысловом сходстве заявленного обозначения и товарного знака по свидетельству № 579917, поскольку они не образуют с существительным «ТРАДИЦИИ» устойчивых словосочетаний, являясь при этом однокоренными словами.

С точки зрения визуального восприятия, противопоставленный товарный знак содержит дополнительные элементы в сравнении с заявленным обозначением, однако, роль визуального признака в данном случае не может быть признана определяющей, а использование в обоих случаях букв русского алфавита визуально сближает обозначения.

С учетом сказанного вывод о сходстве заявленного обозначения и товарного знака по свидетельству № 579917 является правомерным.

Заявленные товары «ароматизаторы [эфирные масла]; бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; вода ароматическая; вода жавелевая; вода лавандовая; вода мицеллярная; гели для массажа, за исключением используемых для медицинских целей; жиры для косметических целей; кремы косметические; кремы косметические отбеливающие; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; маски косметические; масла, используемые как очищающие средства; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; масло терпентинное для обезжиривания; молоко миндальное для косметических целей; молочко туалетное; мята для парфюмерии; наборы косметические; препараты для

удаления макияжа; препараты для ухода за ногтями; средства для бровей косметические; средства для гримирования; средства для загара косметические; экстракты растительные для косметических целей; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]» 03 класса МКТУ относятся к косметическим средствам и препаратам, однородны по роду, виду, назначению, кругу потребителей и условиям реализации товарам 03 класса МКТУ противопоставленной регистрации.

В соответствии с требованиями статьи 4 ТР ТС 021/2011 пищевая продукция – продукты животного, растительного, микробиологического, минерального, искусственного или биотехнологического происхождения в натуральном, обработанном или переработанном виде, которые предназначены для употребления человеком в пищу, в том числе специализированная пищевая продукция, питьевая вода, расфасованная в емкости, питьевая минеральная вода, алкогольная продукция (в том числе пиво и напитки на основе пива), безалкогольные напитки, биологически активные добавки к пище (БАД), жевательная резинка, закваски и стартовые культуры микроорганизмов, дрожжи, пищевые добавки и ароматизаторы, а также продовольственное (пищевое) сырье.

Таким образом, заявленные товары 05 класса МКТУ «добавки минеральные пищевые; добавки пищевые; добавки пищевые белковые; добавки пищевые для животных; добавки пищевые дрожжевые; добавки пищевые из альгината; добавки пищевые из глюкозы; добавки пищевые из казеина; добавки пищевые из лецитина; добавки пищевые из масла льняного семени; добавки пищевые из прополиса; добавки пищевые из протеина; добавки пищевые из протеина для животных; добавки пищевые из пчелиного маточного молочка; добавки пищевые из пыльцы растений; добавки пищевые из ростков пшеницы; добавки пищевые из семян льна; добавки пищевые на основе порошка асаи; добавки пищевые с косметическим эффектом; добавки пищевые ферментные; жир рыбий; корма лечебные для животных; корни лекарственные; крахмал для диетических или фармацевтических целей; лубриканты для интимных целей; мази; масла лекарственные; настои лекарственные; препараты нутрицевтические для терапевтических или медицинских

целей; препараты с микроэлементами для человека или животных; чаи лекарственные; чаи травяные для медицинских целей», представляющие собой пищевые добавки, а также лекарственные средства, однородны товарам 05 и 30 классов МКТУ противопоставленного перечня, поскольку относятся к тем же родовым группам, имеют общее назначение, являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми.

Поскольку при сравнительном анализе коллегией установлена высокая степень сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, то вывод о высокой степени однородности товаров, имеющих в сравниваемых перечнях, приводит к заключению о несоответствии заявленного обозначения пункту 6 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных товаров на основании его сходства до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 579917.

Относительно довода заявителя об использовании заявленного обозначения следует отметить, что данное обстоятельство не меняет изложенного выше вывода. Представленный в настоящем заключении анализ свидетельствует о правомерности имеющегося противопоставления. В случае отсутствия угрозы смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, заявителем может быть представлено письменное согласие правообладателя.

Резюмируя все вышеизложенное, коллегия не находит оснований для отмены оспариваемого решения.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 18.03.2022, оставить в силе решение Роспатента от 02.12.2021.