

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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) [далее – Правила ППС], рассмотрела возражение, поступившее 19.07.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "Милфудс", Тверская обл., Калининский р-н, с/п Бурашевское (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022765370 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2022765370, поданной 14.09.2022, испрашивалось на имя заявителя в отношении товаров 07, 11, 16, 21, 25, 30, услуг 43 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение:

«».

Решение Роспатента от 26.04.2023 о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022765370 в отношении услуг 43 класса МКТУ было принято на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому установлено, что заявленное обозначение в отношении всех товаров 07, 11, 16, 21, 25, 30 классов МКТУ не соответствует требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса. Указанные доводы мотивированы следующим:

- входящий в состав заявленного обозначения слово «ISTANBUL» - в переводе с английского языка на русский язык «СТАМБУЛ» [см. Англо-русский, русско-английский словарь (Электронная версия)] - крупнейший город Турции, расположенный на обоих берегах пролива Босфор у Мраморного моря (см. Географические названия мира: Топонимический словарь) в отношении заявленных товаров 07, 11, 16, 21, 25, 30 классов МКТУ квалифицирован экспертизой как способный ввести потребителя в заблуждение относительно места происхождения товаров;

- слово «ISTANBUL» - в переводе с английского языка на русский язык «СТАМБУЛ» представляет собой название крупнейшего города Турции с населением 15 миллионов человек, который одновременно с этим является промышленным центром Турции. В Стамбуле развиты такие отрасли производства как текстильная промышленность, машиностроение, электроника, автомобилестроение, пищевая промышленность, деревообрабатывающая промышленность, химическая промышленность и др. В Стамбуле занято примерно 20 % промышленной рабочей силы Турции и на его долю приходится 38 % промышленного рабочего пространства Турции. Кроме того, Стамбул является одним из туристических и культурных центров Турции, пользующийся популярностью среди российских туристов (см., например: [https:// travelask.ru/ articles /promyshlennye-goroda-turtsii?ysclid=lggfdhqemi329254978](https://travelask.ru/articles/promyshlennye-goroda-turtsii?ysclid=lggfdhqemi329254978); [https:// vseonauke.com/ 1119683624213416655/gorod-stambul-i-egoistoriya/?ysclid = lggfhleag9386627425](https://vseonauke.com/1119683624213416655/gorod-stambul-i-egoistoriya/?ysclid=lggfhleag9386627425); [https:// karatu.ru/promyshlennostturcii/?ysclid=lggfho26th127066153](https://karatu.ru/promyshlennostturcii/?ysclid=lggfho26th127066153); [https:// ria.ru /20221114/ stambul 1831346224.html?ysclid=lggfob22po565917884](https://ria.ru/20221114/stambul1831346224.html?ysclid=lggfob22po565917884); <https://travel.yandex.ru/journal/stambul/>; <https://www.aviasales.ru/psgr/article/ist-guide?ysclid=lggfpulwio152881447>; [https:// www.tutu.ru /geo /turkey/ stambul/ article/ guide/ ?ysclid=lggfpt94da804749197](https://www.tutu.ru/geo/turkey/stambul/article/guide/?ysclid=lggfpt94da804749197) и др.). Следовательно, вышеуказанное может свидетельствовать о широкой информированности российских потребителей об экономическом потенциале города Стамбула, вследствие чего, заявленное обозначение «SOUL OF ISTANBUL» может вызвать у потребителя ассоциации с географическим названием, указывающим на место производства товаров, которое не соответствует действительности;

- основания для отказа по пункту 1 статьи 1483 Кодекса экспертизой сняты, в связи с наличием семантической и грамматической связи слов в словесном элементе «SOUL OF ISTANBUL» – в переводе с английского языка на русский язык «ДУША СТАМБУЛА» (см. Англо-русский, русско-английский словарь (электронная версия)). Основания для отказа по пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса в отношении заявленных услуг 43 класса МКТУ экспертизой сняты в связи с признанием словесного элемента «SOUL OF ISTANBUL» фантазийным в отношении указанных услуг.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 19.07.2023 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 26.04.2023.

Доводы возражения, поступившего 19.07.2023, сводятся к следующему:

- заявителем изложена хронология делопроизводства по рассматриваемой заявке на стадии экспертизы, а также приведены выдержки из законодательства, рекомендаций, справок, «Руководства по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов» и т.д.;
- в заключении по результатам экспертизы не приводятся сведения о том, что заявленные товары имеют происхождение, качество, репутация или иные характеристики которых обусловлены их производством в Стамбуле;
- заявленное обозначение «SOUL OF ISTANBUL» является одним из вкусов новой линейки кофе «SOUL», производимого заявителем;
- по своему семантическому значению заявленное обозначение «SOUL OF ISTANBUL» в переводе на русский язык означает «ДУША СТАМБУЛА», то есть по своему смыслу связывает вкусовые качества с кофе, приготовляемого по стамбульским рецептам. Данные сведения приводятся также в статьях СМИ: «кофейные бренды «Poetti Soul of Havana», «Poetti Soul of Rome», «Poetti Soul of Istanbul» - это аутентичные вкусовые сочетания, представляющие собой идеальную основу для приготовления кофе по традиционным рецептам кофейных столиц»;

- словесное обозначение «SOUL OF ISTANBUL», будучи единым словосочетанием, по своему семантическому значению, прежде всего, указывает на качества товара путем раскрытия его вкусовых свойств, а не на место его производства или место нахождения заявителя. Вышеизложенное подтверждается данными из открытых источников: «несмотря на то, что на упаковках указываются различные страны - производители (от Франции до России), зерна собирают лишь в тех, что расположены вдоль экватора. Сам кофе в Италии, Португалии и других странах не выращивают, а лишь производят из приобретенного сырья. Родина напитка - Эфиопия. Здесь его употребляли с IX века» <https://travelstroy.ru/novostj/vyrashhivajut-li-kofe-v-italii/>, «Родиной кофе принято называть Эфиопию», https://ru.wikipedia.org/wiki/История_кофе, «Кофе по-турецки - кофе, приготавливаемый путём варки молотых кофейных зёрен в турке, иногда с добавлением сахара. Вопреки распространённому заблуждению, кофе по-турецки является только рецептом приготовления, а не самостоятельной разновидностью кофе или кофейных зёрен» - https://ru.wikipedia.org/wiki/Кофе_по-турецки; «Кофе по-турецки так называется способ приготовления и приготовления кофе, открытый тюрками. У него особый вкус, пена, запах, приготовление...», <https://gungorkaya.com/ru/лучшие-турецкие-кофейные-бренды/> и т.д.;
- в свою очередь кофе, как товар в виде зерен, требующих дальнейшей обжарки и переработки, на территории Турции не произрастает и не может ассоциироваться с местом его производства;
- классические регионы произрастания кофе: Центральная Африка, Латинская Америка, Центральная Америка, Индия, Юго-Восточная Азия;
- современные технологии производства кофе позволяют осуществлять процесс его обжарки и придания какого-либо вкуса в любых точках мира;
- поисковые запросы в сети Интернет на тему «стамбульский кофе» не выдают страниц, которые бы содержали указание на Стамбул как известное место по производству кофе. Напротив, в поисковых системах содержатся статьи о стамбульских кофейнях, в которых готовится кофе по особым рецептам;
- заявителем приведены выдержки из судебной практики (дело № СИП-990/2022), в том числе в отношении принципа защиты законных ожиданий (дело № СИП-

827/2022), а также примеры регистраций различных товарных знаков (например, «Душа Карелии» по свидетельству № 483516, «ДУША ГРУЗИИ» по свидетельству № 549165 и т.д.);

- заявленное обозначение в форме единого словосочетания «SOUL OF ISTANBUL» носит фантазийный характер, поскольку не является указанием на место производства товара и не может восприниматься таковым средним российским потребителем.

На основании изложенного в возражении содержится просьба об изменении решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 30 класса МКТУ *«ароматизаторы кофейные; заменители кофе; заменители кофе растительные; кофе; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные»*.

Уведомленный надлежащим образом заявитель на заседании коллегии отсутствовал. В соответствии с пунктом 41 Правил ППС неявка сторон спора, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания. В возражении также была изложена просьба рассмотрения возражения в отсутствие заявителя.

Изучив материалы дела, выслушав лиц, участвующих при рассмотрении возражения, поступившего 19.07.2023, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (14.09.2022) заявки № 2022765370 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 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или 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.

**SOUL of
ISTANBUL**

Заявленное обозначение « **SOUL of ISTANBUL** » по заявке № 2022765370 является комбинированным, выполнено оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита в две строки.

Решение Роспатента от 26.04.2023 г. об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении товаров 07, 11, 16, 21, 25 и части товаров 30 класса МКТУ заявителем не оспаривается. В возражении изложена просьба о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении части товаров 30 класса МКТУ *«ароматизаторы кофейные; заменители кофе; заменители кофе растительные; кофе; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные»*, указанных в перечне.

Решение Роспатента от 26.04.2023 г. мотивировано несоответствием заявленного обозначения положениям, предусмотренным пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса, в отношении всех заявленных товаров.

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Заявленное обозначение состоит из словесных элементов «SOUL OF ISTANBUL», выполненных на двух строках, при этом элемент «ISTANBUL» выполнен более жирным черным шрифтом, что способствует акцентированию внимания потребителей на этом элементе. Элемент «ISTANBUL» имеет следующее смысловое значение в переводе с английского языка на русский язык: «Стамбул» (см. электронный словарь: <https://translate.yandex.ru/dictionary/>).

Стамбу́л (тур. İstanbul [is'tanbuɫ]), ранее известный как Византий (греч. Βυζάντιον), затем как Константинополь (греч. Κωνσταντινούπολις [konstandi'nupolis]), в древнерусских источниках упоминается как Царьград) - крупнейший город Турции, экономический, исторический и культурный центр страны. Является также центром Мраморноморского региона - самого западного из географических (статистических) регионов страны. Расположен в Евразии, на берегах пролива Босфор (разделяющего Европу и Азию), между Мраморным и Чёрным морями. Европейская (основная) и азиатская части города соединены мостами и тоннелями. Стамбул, где проживают свыше 15 млн. человек, является одним из самых населённых городов мира. Бывшая столица Римской, Восточно-Римской (Византийской), а также Латинской и Османской империй. Столицей Турции Стамбул не является. В 1923 году, после Войны за независимость Турции, новой столицей страны стала Анкара. Стамбул имеет развитую диверсифицированную промышленность. Производятся оливковое масло, табачные изделия, транспортные средства, электроника, сувениры, турецкие сладости, одежда среднего качества, национальные костюмы и многое другое. Хотя в сумме они составляют лишь 26 % от ВВП города, 80 % экспорта приходится именно на них. В Стамбуле и его пригородах размещена значительная часть (свыше 2,2 тыс. предприятий) промышленности страны, в том числе около 1/3 предприятий обрабатывающей промышленности: пищевкусовой (мукомольной, мясомолочной, кондитерской, винно-водочной, табачной), текстильной и швейной, кожевенно-обувной, полиграфической, химической и иных промышленностей.... В Стамбуле насчитывается невероятно большое количество гастрономических заведений, предлагающих всевозможные кухни мира. В первую очередь стоит обратить внимание на турецкую кухню, которая считается одной из самых изысканных и богатых в мире. В качестве закусок («мезе») здесь отдается предпочтение маслинам, различным салатам с оливковым маслом, фаршированным томатам, рису в виноградных листьях и многому другому. Самым знаменитым турецким блюдом является «кебаб». Отдельного упоминания заслуживают знаменитые турецкие сладости и десерты: лукум, пахлава, мармелад, цукаты и т.п. Из напитков в Стамбуле предпочитают черный кофе, чай с молоком и т.д.

См. электронные словари: <https://ru.wikipedia.org/wiki>, <https://gufo.me/dict/bse/>, <https://wikiway.com/turkey/stambul/>.

В возражении также указано на способы приготовления кофе по-турецки и приведены соответствующие источники информации.

Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров 30 класса МКТУ, представляющих собой кофе и кофейную продукцию. Производство и расфасовка такой продукции из ранее выращенного сырья может осуществляться в любом городе, где развита пищевая промышленность и имеются соответствующие производственные площади.

В связи с чем, с учетом вхождения конкретного названия географического объекта (город Стамбул) заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно места производства товаров 30 класса МКТУ, что не соответствует требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса и правомерно указано в заключении по результатам экспертизы. Следовательно, прослеживается явное введение потребителей в заблуждение, поскольку заявитель по указанной заявке находится в Тверской области, Калининском р-не, с/п Бурашевское, а не в Стамбуле.

Довод о том, что заявленное обозначение «SOUL OF ISTANBUL» является одним из вкусов новой линейки кофе «SOUL», производимого заявителем, не подтвержден фактическими доказательствами (объемы и т.п.).

Довод о том, что словесное обозначение «SOUL OF ISTANBUL» является указанием на качество товара путем раскрытия его вкусовых свойств, не опровергает вывод о введении потребителя в заблуждение относительно места производства товаров ввиду наличия в обозначении названия определенного географического объекта.

Мнение потребителей (социологические исследования, опросы) о фантазийном восприятии заявленного обозначения и отсутствии указания в нем места производства товара, материалы возражения не содержат.

Следовательно, вывод, указанный в заключении по результатам экспертизы, о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 3 (1) статьи 1483

Кодекса в отношении заявленных товаров 30 класса МКТУ ограниченного перечня является правомерным.

Доводы заявителя в части наличия различной судебной практики и о наличии иных товарных знаков (например, « Душа Карелии » по свидетельству № 483516, « ДУША ГРУЗИИ » по свидетельству № 549165 и т.д.) не приводят к иным выводам коллегии, и не способствует преодолению требований, предусмотренных пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса, в силу вышеизложенных выводов.

Делопроизводство по каждой заявке осуществляется независимо, исходя из совокупности всех обстоятельств дела. Кроме того, представленные ссылки на судебную практику не имеют преюдициального значения для рассмотрения настоящего возражения.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 19.07.2023, оставить в силе решение Роспатента от 26.04.2023.