

Приложение  
к решению Федеральной службы по интеллектуальной  
собственности

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №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 подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 №4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 19.04.2019 возражение, поданное компанией ООО «ПЕТРОГЛИФ», с. Алтайское (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2017751286, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение « Altai wild water » по заявке №2017751286 с приоритетом от 04.12.2017 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 32 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 28.12.2018 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров 32 класса МКТУ по причине его несоответствия требованиям пунктов 3, 6, 7 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к следующему.

Поскольку в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «water» (перевод с английского языка – «вода», см. Интернет-словари <https://dic.academic.ru>) регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении части заявленных товаров 32 класса МКТУ (таких как «пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; таблетки для изготовления газированных напитков» (перечень не является исчерпывающим)) будет вводить потребителя в заблуждение относительно вида товара.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с наименованием места происхождения товара (далее - НМПТ) «Алтайский мед», зарегистрированным за №142, право использования которого предоставлено Сельскохозяйственному потребительскому снабженческо-сбытовому кооперативу второго уровня «Алтай-медовый» (свидетельство №142/1 с датой подачи заявки на регистрацию исключительного права на НМПТ от 19.04.2013).

Также в заключении по результатам экспертизы указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения со словесными элементами «АЛТАЙ», «ALTAI», «ALTAY» серии (блока) товарных знаков (знаков обслуживания), зарегистрированных в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ, однородным заявленным товарам 32 класса МКТУ, на имя ООО «Алтай Холдинг», 656049,

Алтайский край, г. Барнаул, ул. Чкалова, 57 («» [1] по свидетельству

№604804 с приоритетом от 02.12.2015; «» [2] по свидетельству

№449414 с приоритетом от 20.08.2009; «» [3] по свидетельству №449473 с

приоритетом от 20.08.2009; «» [4] по свидетельству №449413 с приоритетом

от 20.08.2009; «**ALTAI**» [5] по свидетельству №279364 с приоритетом от

14.02.2003 (срок действия регистрации продлен до 14.02.2023); «**АЛТАЙ**» [6] по свидетельству №212167 с приоритетом от 03.03.1999 (срок действия



регистрации продлен до 03.03.2019); «**АЛТАЙ**» [7] по свидетельству №210796 с приоритетом от 03.03.1999 (срок действия регистрации продлен до 03.03.2019);



«**АЛТАЙ**» [8] по свидетельству №257583 с приоритетом от 10.12.1998 (срок действия регистрации продлен до 10.12.2018); «**АЛТАЙ**» [9] по свидетельству №210466 с приоритетом от 23.04.1998 (срок действия регистрации продлен до 23.04.23.04.2028); «**ALTAY**» [10] по свидетельству №212165 с приоритетом от 22.11.1996 (срок действия регистрации продлен до 22.11.2026);



«**АЛТАЙ**» [11] по международной регистрации №614388A с приоритетом от 04.03.1994, срок действия продлен до 04.03.2024).

В поступившем возражении и дополнении к нему, представленном на заседании коллегии, состоявшемся 16.09.2019, заявителем изложены доводы в защиту регистрации товарного знака по заявке №2017751286, которые сводятся к следующему.

- правовая охрана противопоставленного экспертизой товарного знака по свидетельству №257583 в настоящее время прекращена в связи с истечением срока действия регистрации, поэтому этот товарный знак не может больше учитываться в качестве противопоставления;

- по мнению заявителя, экспертиза не учла наличие у заявленного обозначения определенного метафорического значения (воспринимается как обозначение «ДИКАЯ ВОДА АЛТАЯ»);

- словесные элементы «АЛТАЙ», «ALTAI», «ALTAЙ» и их производные обладают слабой различительной способностью, что обуславливается, во-первых, привязкой указанных элементов к месту производства товаров, а во-вторых, многочисленными использованием этих словесных элементов в составе различных товарных знаков;

- в составе заявленного обозначения элемент «ALTAI» не занимает доминирующего положения, что ослабляет его индивидуализирующую роль;

- необходимо также принять во внимание наличие изобразительных элементов в составе сравниваемых обозначений, которые различны;

- указанные обстоятельства исключают смешение в гражданском обороте заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков;

- совпадение только одного словесного элемента не может указывать на сходство знаков, что подтверждается судебной практикой (например, по делу №А40-22499/10-22499/10-19-132, касающегося обозначений «ЦАРЬ ВСЕЯ РУСИ» и «ЦАРЬ»);

- что касается противопоставленного НМПТ «Алтайский мед», то оно содержит как указание на место производства товара - Алтайский край, так и на сам товар - «мед», в то время как заявленное обозначение «ДИКАЯ ВОДА АЛТАЯ» соотносится с наименованием субъекта Российской Федерации – с Республикой Алтай;

- НМПТ «Алтайский мед» характеризует свойства конкретного товара, а именно, меда, который отсутствует в перечне заявленного обозначения, в отношении товаров 32 класса МКТУ смешение между заявленным обозначением и противопоставленным НМПТ произойти не может;

- существует ряд товарных знаков, зарегистрированных для товаров «мед» и «напитки на базе меда безалкогольные», которые включают в свой состав



спорное обозначение: «*В дикой воде Алтая*» по свидетельству №615193, «» по свидетельству №654292, «**ЯНТАРЬ-АЛТАЙ**» по свидетельству №602071;

- в целях исключения любых недоразумений относительно противопоставленного НМПТ заявитель ходатайствует об исключении из перечня заявленного обозначения вид товаров 32 класса МКТУ «напитки на базе меда безалкогольные»;

- заявленное обозначение со словесным элементом «Altai wild water» в значении «дикая вода Алтая», не содержит в себе описания потребительских свойств, не обладает признаками правдоподобности, а, значит, даже при наличии в его составе элемента «water» («вода») не способно вводить потребителя в заблуждение.

С учетом изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака по заявке №2017751286 в отношении скорректированного перечня товаров 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды газированные; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас [безалкогольный напиток]; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки изотонические; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные;nectary фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; 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; щербет [напиток]; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции для изготовления напитков».

В качестве материалов, подтверждающих доводы возражения, заявителем представлены сведения о зарегистрированных на имя третьих лиц товарных знаках со словесными элементами «АЛТАЙ», «ALTAI», «ALTAY» и производными от них.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает доводы, изложенные в возражении, неубедительными.

С учетом даты (04.12.2017) поступления заявки №2017751286 правовая база для оценки охраниспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

Как следует из требований подпункта 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.

Исходя из пункта 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.

В соответствии с требованиями подпункта 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 требованиями пункта 7 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с НМПТ, охраняемым в соответствии с настоящим 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 НМПТ.

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 положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявлении обозначении.

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

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

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 « Altai wild water » по заявке №2017751286 с приоритетом от 04.12.2017 является комбинированным, включает в свой состав изобразительный элемент в виде стилизованного солнца и словесный элемент «Altai wild water», выполненный стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. С учетом доводов возражения регистрация товарного знака по заявке №2017751286 испрашивается для скорректированного перечня товаров 32 класса

МКТУ «аперитивы безалкогольные; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды газированные; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас [безалкогольный напиток]; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки изотонические; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные;nectары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; 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; щербет [напиток]; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции для изготовления напитков».

Анализ заявленного обозначения показал, что оно включает в свой состав в качестве индивидуализирующего элемента словосочетание «Altai wild water», состоящее из слов «wild» - дикий, «water» - вода, «Altai» - Алтай, алтайский (см. англо-русский словарь, <http://dic.academic.ru>), которое может быть переведено как «Алтайская дикая вода» или «дикая вода Алтая».

Исходя из смыслового значения входящих в состав заявленного обозначения элементов («Алтай» - горная страна в Азии, на территории России (Алтайский край, Республика Алтай), Монголии и Китая (см. Географическая энциклопедия, <http://dic.academic.ru>); дикая - не обработанный человеком, невозделанный, природный (см. Толковый словарь Даля, <http://dic.academic.ru>); вода – прозрачная бесцветная жидкость, образующая ручьи, реки, озера, моря и представляющая собой химическое соединение водорода с кислородом, см. Энциклопедический словарь, <http://dic.academic.ru>), словосочетание «Altai wild

water» порождает представление о природной, не обработанной человеком воде, происходящей с Алтая.

Необходимо отметить, что коллегия не располагает сведениями о таком виде товара как «wild water» / «дикая вода» / «алтайская дикая вода». Применительно к заявленным товарам 32 класса МКТУ словесный элемент «Altai wild water» напрямую не вызывает каких-либо не соответствующих действительности представлений как о самом товаре, так и о его свойствах, его восприятие требует рассуждений и домысливания, следовательно, этот элемент обладает фантазийным характером. Как справедливо отмечено заявителем, предполагаемая экспертизой ложная ассоциация относительно конкретных товаров 32 класса МКТУ в данном случае носит неправдоподобный характер.

В связи с изложенным не представляется возможным прийти к выводу о том, что заявленное обозначение со словесным элементом «water» при маркировке товаров 32 класса МКТУ, не являющихся водой, будет вводить потребителя в заблуждение относительно вида товара. Таким образом, оснований для признания заявленного обозначения не соответствующим требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса не имеется.

Однако отказ в государственной регистрации товарного знака по заявке №2017751286 основан на выводе о его несоответствии требованиям пунктов 6 и 7 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием ранее зарегистрированных сходных до степени смешения товарных знаков и НМПТ.

Анализируя доводы возражения, коллегия приняла к сведению информацию о наличии зарегистрированных на имя разных лиц товарных знаков со словесным элементом «АЛТАЙ» и производных от него в отношении товаров 30, 32, 33 классов МКТУ (меда, алкогольных и безалкогольных напитков), а

именно: «КРАСА АЛТАЯ» по свидетельству №625103, «» по



свидетельству №622729, «*В краю красных гор Туризм Алтай*» по свидетельству №615193,

«ЯНТАРЬ-АЛТАЙ» по свидетельству №602071, «ДУША АЛТАЯ» по



свидетельству №261035, «*Алтай Сила*» по свидетельству №683713, «*АЛТАЙ ЦВЕТ*» по свидетельству №453970 и др., а также проанализировала выводы суда №А40-22499/10-22499/10-19-132, касающиеся обозначений «ЦАРЬ ВСЕЯ РУСИ» и «ЦАРЬ». В этой связи следует констатировать, что каждое дело рассматривается самостоятельно с учетом конкретных обстоятельств. В этой связи проведение каких-либо аналогий в отношении товарных знаков с иным составом индивидуализирующих элементов не является правомерным.

Так, заявленному обозначению было противопоставлено НМПТ «АЛТАЙСКИЙ МЁД» №142, исключительное право на которое предоставлено иным лицам на основании выданного свидетельства №142/1.

Противопоставленное НМПТ «АЛТАЙСКИЙ МЁД» №142 выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товара: «пчелиный мед».

Сопоставительный анализ заявленного комбинированного обозначения



«Altai wild water» и противопоставленного НМПТ «АЛТАЙСКИЙ МЁД» на предмет их сходства показал следующее.

Как указано выше, заявленное обозначение, включающее словосочетание «Altai wild water», вызывает ассоциативное представление о природной, не обработанной человеком алтайской воде.

В свою очередь обозначение «АЛТАЙСКИЙ МЁД» также представляет собой словосочетание, которое содержит указание на конкретный вид товара - «мёд» (сладкое сиропообразное вещество, вырабатываемое медоносной пчелой из нектара растений, см. Большой Энциклопедический словарь, <http://dic.academic.ru>) и место происхождение (производства) товара (границ географического объекта), которым, согласно свидетельству №142, является Алтайский край.

Сопоставляемые словесные элементы «Altai wild water» и «АЛТАЙСКИЙ МЁД» формируют различные смысловые ассоциации, имеют звуковые отличия, обусловленные разным количественным составом букв, звуков, слогов и словесных элементов ([АЛ-ТАЙ-ВАЙЛД-ВО-ТА] – [АЛ-ТАЙ-СКИЙ-МЁД]), входящих в их состав, что свидетельствует об их семантическом и фонетическом несходстве.

Что касается графического критерия сходства, то в данном случае он не оказывает существенного влияния на восприятие сравниваемых обозначений в целом в силу отсутствия у противопоставленного НМПТ оригинального графического исполнения.

Таким образом, указанные семантические и фонетические различия заявленного обозначения и противопоставленного НМПТ обуславливают вывод об отсутствии их ассоциирования друг с другом в целом, что исключает смешение этих средств индивидуализации друг с другом в гражданском обороте.

В этой связи приведенный в заключении по результатам экспертизы вывод о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 7 статьи 1483 Кодекса как сходного до степени смешения с НМПТ представляется необоснованным.

Исходя из заключения по результатам экспертизы, отказом в



государственной регистрации заявленного обозначения « Altai wild water » в качестве товарного знака в отношении заявленных товаров 32 класса МКТУ основан



на наличии товарных знаков « » [1] по свидетельству №604804 с



приоритетом от 02.12.2015; « » [2] по свидетельству №449414 с



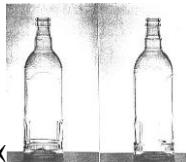
приоритетом от 20.08.2009; « » [3] по свидетельству №449473 с



приоритетом от 20.08.2009; « » [4] по свидетельству №449413 с приоритетом от 20.08.2009; « **ALTAI** » [5] по свидетельству №279364 с приоритетом от 14.02.2003 (срок действия регистрации продлен до 14.02.2023); « **АЛТАЙ** » [6] по свидетельству №212167 с приоритетом от 03.03.1999 (срок действия



регистрации продлен до 03.03.2019); « » [7] по свидетельству №210796 с приоритетом от 03.03.1999 (срок действия регистрации продлен до 03.03.2019);



« » [8] по свидетельству №257583 с приоритетом от 10.12.1998 (срок действия регистрации истекает 10.12.2018); « **АЛТАЙ** » [9] по свидетельству №210466 с приоритетом от 23.04.1998 (срок действия регистрации продлен до 23.04.23.04.2028); « **ALTAY** » [10] по свидетельству №212165 с приоритетом от



22.11.1996 (срок действия регистрации продлен до 22.11.2026); « » [11] по международной регистрации №614388A с приоритетом от 04.03.1994, срок действия продлен до 04.03.2024, имеющих более ранний приоритет и принадлежащих ООО «Алтай Холдинг».



Сопоставительный анализ заявленного обозначения « Altai wild water » и противопоставленных товарных знаков « » [1], « » [2],



« **АЛТАЙ** » [3], « **АЛТАЙ** » [4], « **ALTAI** » [5], « **АЛТАЙ** » [6], « **АЛТАЙ**  
ОРИГИНАЛЬНАЯ » [7],



« **АЛТАЙ** » [9], « **ALTAI** » [10], » [11] показал следующее.

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. Различие в деталях не должно играть определяющей роли, так как следует учитывать, что потребитель, как правило, не имеет возможности сравнить два знака, а руководствуется общими впечатлениями, часто нечеткими, о знаке, виденном ранее. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

Поскольку заявленное обозначение является комбинированным, важно установить, какова роль того или иного элемента в его составе.

Степень важности изобразительного элемента в комбинированном обозначении зависит от того, насколько этот элемент оригинален, каковы его размеры и пространственное положение относительно словесного элемента, а также степень связанности его с композицией всего обозначения. Перечисленные факторы могут учитываться как в отдельности, так и в совокупности.

Значимость элемента в комбинированном обозначении зависит также от того, в какой степени этот элемент способствует осуществлению обозначением его основной функции: отличать товары и услуги одних производителей от товаров и услуг других производителей. Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем.

Заявленное комбинированное обозначение включает в свой состав индивидуализирующие элементы в виде изображения солнца и словесные

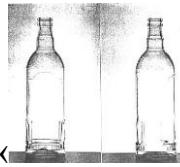
элементы «Altai wild water» с определенным смысловым значением, вызывающим ассоциации с природной, необработанной (дикой) водой определенного происхождения (с территории Алтая). На формирование образа заявленного обозначения равным образом оказывают влияние оба этих индивидуализирующих элемента, при этом словесный элемент «Altai» занимает первоначальную позицию в составе словесного элемента «Altai wild water», акцентирует на себе внимание первую очередь.



В противопоставленных товарных знаках «» [1], «»



[2], «» [3], «» [4], «**ALTAI**» [5], «**АЛТАЙ**» [6], «» [7],



«» [8], «**АЛТАЙ**» [9], «**ALTAI**» [10], «» [11] сильным

доминирующим или единственным индивидуализирующим элементом выступает словесный элемент «АЛТАЙ» / «ALTAI» / «ALTAY», ассоциирующейся с территорией, флорой и фауной Алтая.

Словесный индивидуализирующий словесный элемент «Altai wild water» заявленного обозначения характеризуется фонетическим и семантическим вхождением в его состав индивидуализирующего словесного элемента «АЛТАЙ» / «ALTAI» / «ALTAY» противопоставленных товарных знаков [1] – [11].

Коллегия приняла во внимание довод заявителя о визуальных отличиях заявленного обозначения и указанных противопоставлений [1] – [11], однако наличие в составе заявленного обозначения фонетически и семантически тождественного индивидуализирующего словесного элемента «ALTAI» / «АЛТАЙ» / «ALTAY» сравниваемых знаков предопределяет возможность возникновения представления о том, что сопоставляемые средства

индивидуализации принадлежат одному и тому же предприятию или исходят из одного и того же коммерческого источника.

Необходимо констатировать, что при сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1] – [11] коллегией были выявлены обстоятельства, которые не могли быть учтены при подготовке заключения экспертизы.

Так, срок действия правовой охраны противопоставленного товарного знака [8] по свидетельству №257583 истек 10.12.2018 и продлен не был. Следовательно, противопоставление этого товарного знака в настоящее время не является обоснованным.

Также необходимо указать, что заявителем скорректирован заявленный перечень товаров 32 класса, а именно, исключены такие товары как «коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; экстракты хмелевые для изготовления пива», однородные товарам 33 класса МКТУ «алкогольные напитки», приведенным в перечнях противопоставленных товарных знаков [1] – [7], [9] – [10], что позволяет снять эти противопоставления.

Вместе с тем в перечне заявленного обозначения остались товары 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды газированные; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас [безалкогольный напиток]; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки изотонические; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные;nectары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; 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; щербет [напиток]; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции для изготовления напитков».

В свою очередь такие товары как «воды минеральные и газированные; лимонад, фруктовые соки, фруктовые напитки, сиропы и приготовление напитков, при этом все эти указанные товары происходят из Алтая» включены в перечень товаров 32 класса МКТУ противопоставленного знака [11].

Товары 32 класса МКТУ противопоставленного знака [11], относящиеся к безалкогольным напиткам, и товары 32 класса МКТУ заявленного обозначения, которые с учетом корректировки также подпадают под понятие безалкогольных напитков, либо идентичны, либо относятся к одному роду (виду), имеют одинаковое назначение, характеризуются одинаковыми условиями реализации и имеют один и тот же круг потребителей, следовательно, однородны.

Таким образом, даже с учетом ограничения заявленного перечня товаров 32 класса МКТУ товарами, не являющимися однородными товарам 33 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1] – [7], [9] – [10], а также прекращения действия правовой охраны товарного знака [8], препятствием для регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака является сходный до степени



смещения знак « » [11] по международной регистрации №614388A.

В этой связи заявленное обозначение квалифицируется как не соответствующее требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных товаров, следовательно, основания для удовлетворения поступившего возражения и регистрации товарного знака по заявке №2017751286 в отношении этих товаров отсутствуют.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:  
**отказать в удовлетворении возражения, поступившее 19.04.2019, ставить в силе решение Роспатента от 28.12.2018.**