


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 19.05.2023, поданное ООО «Холдинговая компания «Бизнесинвестгрупп», Республика Башкортостан, г. Уфа (далее - лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 820636, при этом установила следующее.



Оспариваемый товарный знак «» по заявке № 2020731976 с приоритетом от 22.06.2020 зарегистрирован 20.07.2021 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 820636 на имя Общества с ограниченной ответственностью «АГРОПРОМКОМПЛЕКТАЦИЯ», 124482, Москва, г. Зеленоград, корп. 313-Б (далее – правообладатель) в отношении услуг 35, 39 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в цветовом сочетании: «белый, зеленый, светло-зеленый, темно-зеленый, салатный, пунцовый, светло-бежевый, бежевый, коричневый, светло-коричневый». Неохраняемые элементы товарного знака: слово "продукт" и символ "@". Срок действия регистрации до 22.06.2030 г.

В поступившем 19.05.2023 возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 820636 оспариваемого товарного знака [1] произведена в нарушение требований, установленных пунктом 10 статьи 1483 Кодекса. Доводы возражения, поступившего 19.05.2023, сводятся к следующему:



- оспариваемый товарный знак [1] состоит из следующих элементов:  и словесного элемента «ПОКУПАЙ СВОЁ, РОДНОЕ!»;

- лицо, подавшее возражение, является обладателем исключительного права на товарный знак **РОДНОЕ** по свидетельству № 889736 с приоритетом от 18.05.2020 [2], в отношении товаров 29 и услуг 35, 36 классов МКТУ;


- лицом, подавшим возражение, приведены ссылки на действующее законодательство;

- словесный элемент «ПОКУПАЙ СВОЁ, РОДНОЕ!» оспариваемого знака [1] является сходным до степени смешения с противопоставленным товарным знаком «РОДНОЕ» [2] за счет полного вхождения противопоставленного знака в указанный элемент оспариваемого знака;

- слово «Покупай» призывает потребителей покупать товар, и в связи с этим не обладает различительной способностью, что подтверждается регистрацией товарных знаков на имя различных лиц с неохраняемыми словесными элементами: «ПОКУПАЙ ВЛАДИМИРСКОЕ» по свидетельству № 712319, «ПОКУПАЙ ПЕРМСКОЕ» по свидетельству № 716501, «ПОКУПАЙ ТОМСКОЕ» по свидетельству № 626599, «ПОКУПАЙ СТАВРОПОЛЬСКОЕ» по свидетельству № 597571, «ПОКУПАЙ КРЫМСКОЕ» по свидетельству № 580499;

- правообладатель оспариваемого знака [1] является также правообладателем



товарного знака «» по свидетельству № 820638, в котором элемент «ПОКУПАЙ СВОЁ, ТВЕРСКОЕ!» является неохраняемым;

- с учетом вышеуказанной семантики слова «ПОКУПАЙ» использование этого слова в обозначении, призывающем покупать товары и услуги под чужим товарным знаком, не приводит к несходству такого обозначения с этим чужим товарным знаком;
- лицо, подавшее возражение, полагает, что не вызывает сомнения, что обозначения «Покупай Fanta, Coca-cola» и «Coca-cola» являются сходными до степени смешения;
- в возражении указано на однородность сравниваемых услуг 35, 39 классов МКТУ;
- приведенная в абзаце 3 пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. № 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (согласно которой вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц, при этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения) подлежит применению и в отношении пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 820636 в отношении всех услуг 35, 39 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Правообладателем 22.06.2023 был представлен отзыв, основные доводы которого сведены к следующему:

- регистрация оспариваемого товарного знака [1] не противоречит пункту 10 статьи 1483 Кодекса;
- в отзыве приведены выдержки из законодательства, руководства о товарных знаках, сведения из судебных решений Суда по интеллектуальным правам в части применения требований пункта 10 статьи 1483 Кодекса при обжаловании соответствующих решений Роспатента (дело № СИП-605/2021 в отношении товарного знака «МАСТЕР МУРАВЕЙ»; дело № СИП-1046/2021 по товарному знаку «ГОРНЫЙ ВОЗДУХ»). В указанных судебных актах отмечено следующее.

Пункт 10 статьи 1483 Кодекса, равно как и пункт 6 этой статьи, указывают на то, что принимается во внимание не само по себе сходство этих элементов, а их смешение. При этом вероятность смешения применительно к пункту 10 статьи 1483 Кодекса устанавливается с учётом того, воспринимается ли потребителями элемент, входящий в состав «младшего» товарного знака, в качестве товарного знака другого лица. Несколько слов могут начать восприниматься как единый словесный элемент исходя из особенностей композиционного построения элементов товарного знака, благодаря которому некоторые слова, являющиеся самостоятельными лексическими единицами, начинают восприниматься потребителем как единое целое в конкретном товарном знаке с учетом специфики их расположения в нем и обстоятельств использования знака;

- в оспариваемом товарном знаке [1] словесное обозначение «ПОКУПАЙ СВОЕ, РОДНОЕ!» является словосочетанием, в котором словесные элементы связаны визуально, грамматически и по смыслу, при этом словесный элемент «ПОКУПАЙ», представляющий собой глагол в повелительном наклонении, указывает на действие, которое предлагается совершить, а «СВОЁ» и «РОДНОЕ» указывают на то, в отношении чего предлагается совершить действие. Восклицательный знак в конце словосочетания указывает на то, что оно представляет собой обращение, призыв покупать «своё» и «родное». Таким образом, самостоятельным элементом является все словосочетание в целом «ПОКУПАЙ СВОЁ, РОДНОЕ!», а не отдельные слова из него, включая слово «РОДНОЕ». В этой связи, сравнивать нужно обозначение «Родное» и словосочетание «ПОКУПАЙ СВОЁ, РОДНОЕ!» в целом;

- слово «РОДНОЕ», «РОДНОЙ» зарегистрировано в различных сочетаниях в качестве товарных знаков на имя разных правообладателей (в том числе, в

**Выбирай своё,
покупай родное**

отношении услуг 35 класса МКТУ):

по свидетельству № 523683,

Наше. Вкусное. Родное. по свидетельству № 572370, **Я ЛЮБЛЮ РОДНОЕ** по свидетельству № 892175, **ЭТО ВСЕ ТВОЕ РОДНОЕ** по свидетельству № 816132 и т.д.;



- элемент «РОДНОЕ» («РОДНОЙ»), вследствие его широкого использования в различных сочетаниях в товарных знаках разных производителей, в сочетании с другими элементами не воспринимается в качестве товарного знака определенного производителя;
- сравниваемые товарные знаки [1] и [2] не сходны до степени смешения и имеют фонетические (17 звуков и 7 слогов против 6 звуков и 3 слогов), семантические и графические различия. Словесный элемент «РОДНОЕ» представляет собой прилагательное, означающее «находящийся в кровном родстве по прямой линии; близкий по духу и привычкам», употребляется в значении «дорогой, милый», в то время как элемент «ПОКУПАЙ СВОЕ, РОДНОЕ!» представляет собой словосочетание, указывающее на призыв к покупке чего-либо близкого;
- признание недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 820636 [1] будет противоречить принципу правовой определенности;
- решения Роспатента, как административного органа, должны быть предсказуемыми, иначе они не обеспечивают государственную защиту прав и свобод человека и гражданина в Российской Федерации, гарантированную ч. 1 ст. 45 Конституции РФ. Принцип правовой определенности является одним из основополагающих принципов российского права и направлен на недопущение противоречий в правоприменительной практике и обязателен как для судов, так и для всех государственных органов. В связи с чем, правообладатель приводит ссылку на ранее вынесенное Роспатентом решение от 18.06.2022 г. по возражению ООО «ХК «Бизнесинвестгруп» против решения экспертизы Роспатента по заявке № 2020724582. Согласно данному решению товарный знак «РОДНОЕ» по свидетельству № 803257 был признан несходным до степени смешения с товарным



знаком « » по свидетельству № 803257.

В подтверждение своих доводов правообладателем к отзыву приложено решение Роспатента от 18.06.2022 г. по заявке № 2020724582.

Лицом, подавшим возражение, представлены пояснения на отзыв, основные доводы которых сведены к следующему:

- часть доводов пояснений повторяет доводы возражения;
- словесный элемент «ПОКУПАЙ СВОЁ, РОДНОЕ!» представляет собой призыв покупать «свое» и «родное»;
- слово «СВОЁ» не изменяет восприятие слова «РОДНОЕ»;
- словесный элемент «ПОКУПАЙ» акцентирует внимание потребителя на словах «СВОЁ» и «РОДНОЕ»;
- довод правообладателя о том, что слово «РОДНОЕ» не воспринимается в качестве товарного знака определенного производителя, направлен на оспаривание различительной способности противопоставленного товарного знака [2], что недопустимо при рассмотрении настоящего возражения;
- регистрация товарных знаков со словесным элементом «РОДНОЕ» не свидетельствует о широком использовании этого элемента различными лицами;
- лицом, подавшим возражение, приведены выдержки из постановлений Пленума Верховного Суда Российской Федерации и Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации;
- приведенное в отзыве решение Роспатента в отношении товарного знака по свидетельству № 803257 не было предметом оценки Суда по интеллектуальным правам;
- оспариваемый товарный знак [1] состоит из двух самостоятельных элементов  и , а последний элемент не содержит какие-либо графические элементы, при этом слова выполнены стандартным шрифтом.

Уведомленное надлежащим образом лицо, подавшее возражение, на заседании коллегии отсутствовало. 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.

С учетом даты приоритета (22.06.2020) оспариваемого товарного знака [1], правовая база для оценки его охраноспособности включает 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 настоящей статьи.

Государственная регистрация в качестве товарных знаков таких обозначений допускается при наличии соответствующего согласия, предусмотренного пунктом 6 и подпунктами 1 и 2 пункта 9 настоящей статьи.

В соответствии с пунктом 49 Правил на основании пункта 10 статьи 1483 Кодекса устанавливается, не содержит ли заявленное обозначение элементы, являющиеся охраняемыми в соответствии с Кодексом товарными знаками других лиц и наименованиями мест происхождения товаров, сходными с ними до степени смешения обозначениями, а также промышленные образцы, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.

При проверке сходства заявленного обозначения используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 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 заявленном обозначении. В соответствии с пунктом 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.


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 учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;
- 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.

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).



Оспариваемый товарный знак «» по свидетельству № 820636 (приоритет от 22.06.2020) представляет собой комбинированное обозначение. Правовая охрана товарного знака действует на территории Российской Федерации в отношении услуг 35, 39 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в цветовом сочетании: «белый, зеленый, светло-зеленый, темно-зеленый, салатный, пунцовый, светло-бежевый, бежевый, коричневый, светло-коричневый».

Неохраняемые элементы оспариваемого товарного знака [1]: слово "продукт" и символ "®". Срок действия регистрации до 22.06.2030 г.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом.

При анализе возражения коллегией оценивалась заинтересованность лица, подавшего возражения, в его подаче. Исключительное право на товарный знак [2] у

лица, подавшего возражение, свидетельствует о наличии его заинтересованности в подаче настоящего возражения.

В соответствии с пунктом 2 (1) статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение пяти лет со дня публикации сведений о государственной регистрации товарного знака в официальном бюллетене (статья 1506), если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 6, 7 и 10 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Публикация сведений о предоставлении правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 820636 в отношении услуг, указанных в перечне свидетельства, была осуществлена 20.07.2021 г. Подача возражения произведена с соблюдением пятилетнего срока со дня публикации сведений о предоставлении правовой охраны оспариваемому товарному знаку на территории Российской Федерации в официальном бюллетене.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака [1] требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Противопоставленный в возражении товарный знак **РОДНОЕ** [2] по свидетельству № 889736 с приоритетом от 18.05.2020 [2] является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана товарного знака по свидетельству № 889736 действует в отношении товаров 29, услуг 35, 36 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Сравнение перечней услуг 35, 39 классов МКТУ оспариваемого товарного знака [1] и услуг 35, 36 классов МКТУ противопоставленного товарного знака [2] с целью определения их однородности показало следующее.

Услуги 35 класса МКТУ *«демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; радиореклама; распространение рекламных*

материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама телевизионная; управление процессами обработки заказов товаров; продажа розничная и оптовая товаров; продажа розничная и оптовая продуктов питания; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной и оптовой продаже товаров и продуктов питания, услуги Интернет-магазинов» оспариваемого товарного знака [1] и услуги 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы; реклама; розничная продажа непродовольственных товаров, розничная продажа продовольственных товаров, неспециализированная розничная продажа, оптовая продажа непродовольственных товаров, оптовая продажа продовольственных товаров, неспециализированная оптовая продажа, демонстрация товаров; оформление витрин; продвижение товаров (для третьих лиц); снабженческие услуги для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами), распространение образцов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих целях; продажа аукционная; сбыт товаров через посредников; коммерческие операции, связанные с оптовой и розничной продажей; услуги по сбору и группированию (за исключением транспортировки) в торговых залах товаров для удобства приобретения и изучения потребителям; услуги оптовой и розничной продажи; магазины по продаже товаров; услуги торговых центров по продаже товаров; оптовая и розничная продажа; дистанционная продажа товаров потребителям» противопоставленного товарного знака [2] либо идентичны, либо соотносятся как род (вид), имеют общее назначение (для рекламирования, сбыта), общий круг потребителей, являются взаимодополняемыми, либо взаимозаменяемыми, относятся к одному сегменту рынка, что свидетельствует об их однородности.

Услуги 35 класса МКТУ «изучение рынка; исследования маркетинговые; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями» оспариваемого товарного знака [1] представляют собой услуги по исследованию рынка и бизнес-услуги, в связи с чем, не являются однородными по отношению к услугам 35 класса

МКТУ рекламы, продвижения и сбыта противопоставленного товарного знака [2] ввиду разного рода (вида), назначения, круга потребителей.

Вышеуказанные услуги 35 класса МКТУ, а также услуги 39 класса МКТУ *«аренда крытых стоянок для транспортных средств; аренда мест для стоянки автотранспорта; аренда складов; аренда тракторов; доставка товаров; информация по вопросам перевозок; информация по вопросам хранения товаров на складах; логистика транспортная; перевозка грузовым автотранспортом; прокат контейнеров для хранения товаров; прокат морозильных камер; работы погрузочно-разгрузочные; расфасовка товаров; упаковка товаров; услуга розлива в бутылки; услуги транспортные; хранение товаров; хранение товаров на складах; экспедирование грузов»* оспариваемого товарного знака [1] не являются однородными по отношению к услугам 36 класса МКТУ *«сдача недвижимого имущества в аренду; сдача нежилых помещений в аренду; страхование; финансовая деятельность; кредитно-денежные операции; операции с недвижимостью»* противопоставленного товарного знака [2] ввиду разного рода (вида) [*«реклама», «услуги по продвижению товаров/услуг», «услуги по исследованию рынка и бизнес-услуги»* / *«услуги аренды, проката транспортных средств», «услуги служб доставки», «услуги по хранению грузов», «услуги по транспортной обработке грузов»* / *«операции с недвижимостью», «операции финансовые», «страхование»*], разного назначения, круга потребителей, при этом сравниваемые услуги не являются взаимозаменяемыми, либо взаимодополняемыми и не относятся к одному и тому же сегменту рынка.

Вышеприведенный анализ однородности сопоставляемых услуг показал, что однородной является только часть вышеуказанных услуг 35 класса МКТУ.

В рамках требований пункта 10 статьи 1483 Кодекса лицо, подавшее возражение, ссылается на наличие исключительного права на противопоставленный товарный знак [2], зарегистрированный в отношении товаров 29, услуг 35, 36 классов МКТУ.

Действительно, слово «РОДНОЕ», представляющее собой зарегистрированный товарный знак, фонетически и семантически входит в состав оспариваемого товарного

знака [1]. Между тем, следует иметь ввиду особенности применения нормы права, на которую ссылается лицо, подавшее возражение.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку, представляющему собой комбинированное обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения). Иными словами, действие нормы направлено на недопущение нарушений прав третьих лиц тогда, когда факт нарушения не вызывает сомнения, а нормы пунктов 6, 8, 9 статьи 1483 Кодекса к рассматриваемой ситуации не применимы в силу незначительной роли таких спорных элементов.

Коллегия поясняет, что такая ситуация не идентична простому вхождению спорного слова в состав комбинированного обозначения. Учету подлежит его грамматическая и смысловая связь с иными элементами товарного знака, равно как и роль, которую выполняет спорный фрагмент. Для целей применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса могут быть определены также визуальные акценты, имеющиеся в составе товарного знака, иссечение которых не искажает образ обозначения в целом.

С учетом вышесказанного коллегия не усматривает правовых оснований для применения положений пункта 10 статьи 1483 Кодекса, поскольку в составе оспариваемой регистрации слово «РОДНОЕ» не занимает периферийного положения в пространстве оспариваемого товарного знака [1], формирует словосочетание со словесной частью «ПОКУПАЙ СВОЁ», выполнено одинаковым шрифтом с указанным словесным элементом. По своему смысловому содержанию элемент «ПОКУПАЙ СВОЁ, РОДНОЕ» представляет собой словосочетание, указывающее на призыв к покупке чего-либо близкого.

Доказательств того, что сравниваемые товарные знаки смешиваются в гражданском обороте и потребители воспринимают противопоставленный товарный

знак [2] в качестве средства индивидуализации правообладателя, в возражении не имеется.

Таким образом, слово «РОДНОЕ» не квалифицируется коллегией как самостоятельный и независимый элемент оспариваемого товарного знака [1], сходство которого привело бы к несоответствию оспариваемой регистрации требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

В рамках пункта 10 статьи 1483 Кодекса лицо, подавшее возражение, указывает, что слово «Покупай» призывает потребителей покупать товар и, в связи с этим, не обладает различительной способностью. Указанный довод, по мнению лица, подавшего возражение, подтверждается регистрацией товарных знаков на имя различных лиц с неохраняемыми словесными элементами: «ПОКУПАЙ

ВЛАДИМИРСКОЕ» по свидетельству № 712319 («



»), «ПОКУПАЙ

ПЕРМСКОЕ» по свидетельству № 716501 («



»), «ПОКУПАЙ

ТОМСКОЕ» по свидетельству № 626599 («



»), «ПОКУПАЙ

СТАВРОПОЛЬСКОЕ» по свидетельству № 597571 («



»), «ПОКУПАЙ

КРЫМСКОЕ» по свидетельству № 580499 («




) - элемент



). В указанных же регистрациях слова «ВЛАДИМИРСКОЕ», «ТОМСКОЕ», «СТАВРОПОЛЬСКОЕ», «КРЫМСКОЕ» могут восприниматься в

качестве прилагательных от географических названий, что и предопределяет их неохраноспособность в целом. Указание на тот факт, что правообладателю



принадлежит товарный знак «» по свидетельству № 820638, в котором элемент «ПОКУПАЙ СВОЁ, ТВЕРСКОЕ!» является неохраняемым, также не приводит к утрате различительной способности у словесного элемента «ПОКУПАЙ СВОЁ, РОДНОЕ» и несоответствию оспариваемой регистрации требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, как указывалось выше, в оспариваемом товарном знаке [1] словесный элемент «Покупай» входит в состав словосочетания «ПОКУПАЙ СВОЁ, РОДНОЕ», указывающего на призыв к покупке чего-либо близкого и у коллегии нет оснований считать, что он не обладает различительной способностью.

Довод правообладателя о том, что элемент «РОДНОЕ» («РОДНОЙ»), вследствие его широкого использования в различных сочетаниях в товарных знаках разных производителей не воспринимается в качестве товарного знака определенного производителя к существу настоящего спора не относится.

С учетом вышеизложенного, коллегия не находит противоречия оспариваемого товарного знака [1] требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Представленные ссылки на судебные акты не имеют преюдициального значения для настоящего спора, либо относятся к иным обозначениям.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 19.05.2023, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 820636.