


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 возражение, поступившее 26.09.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Простые решения», Алтайский край, г. Бийск (далее – заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022746266, при этом установлено следующее.

ALTAY
INNOVATIONS 

Комбинированное обозначение «**ALTAY INNOVATIONS** » по заявке № 2022746266, поданной 11.07.2022, было заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 05 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), перечисленных в заявке.

Роспатентом 26.07.2023 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022746266 по основаниям, предусмотренным пунктами 1, 6 и 7 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы заявленного обозначения, являющемся неотъемлемой частью решения Роспатента, установлено, что:

- словесные элементы «ALTAI INNOVATIONS» («ALTAI INNOVATIONS» — (англ.) «АЛТАЙСКИЕ ИННОВАЦИИ», где «АЛТАЙСКИЕ (ИЙ)» — относящийся к алтайцам, к их языку, национальному характеру, образу жизни, культуре, а также к Горному Алтаю, его территории, внутреннему устройству, истории; «ИННОВАЦИИ» — процесс создания и освоения новых технологий и продуктов, приводящий к повышению эффективности производства; см., например, Толковый словарь Ожегова, С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/4894>; Справочник технического переводчика. — Интернет, 2009-2013, https://technical_translator_dictionary.academic.ru/76904/инновации), не обладают различительной способностью, характеризуют заявленные товары, а именно указывают на свойства, назначение, а также место производства товаров, в связи с чем являются неохранными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- неохранные словесные элементы занимают доминирующее положение, вследствие чего заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- заявленное обозначение не соответствует пункту 6 (2) статьи 1483 Кодекса, поскольку сходно до степени смешения с:

- товарными знаками «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 653165 (приоритет от 29.03.2016), «**ALTAI**» по свидетельству № 653164 (приоритет от 29.03.2016), «**АЛТАЙ ALTAI**» по свидетельству № 619470 (приоритет от 23.07.2015), «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 570467 (приоритет от 19.01.2015), **АЛТАЙ** «**ALTAI**» по свидетельству № 513432 (приоритет от 21.09.2005, срок действия исключительного права продлен до 21.09.2025), зарегистрированными на имя Закрытого акционерного общества «Фармацевтическое предприятие «Мелиген»,

Ленинградская область, Всевожский район, пос. Щеглово, в отношении однородных товаров 05 класса МКТУ;

АЛТАЙ

- товарным знаком « АЛТАЙ » по свидетельству № 332044 (приоритет от 21.09.2005), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Медлинфарм», Москва, в отношении товаров 03, 05 классов МКТУ, однородных заявленным товарам 05 класса МКТУ;

• заявленное обозначение не соответствует пункту 7 статьи 1483 Кодекса, поскольку сходно до степени смешения с:

- наименованием места происхождения товара «АЛТАЙСКИЙ МЁД», зарегистрированным 24.06.2015 за № 142 на основании заявки, поданной 19.04.2013, с указанием товара «пчелиный мёд», исключительное право в отношении которого предоставлено Сельскохозяйственному потребительскому снабженческо-сбытовому кооперативу второго уровня «Алтай – медовый край», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/1), Обществу с ограниченной ответственностью «Алтайский Пчелоцентр», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/2), Обществу с ограниченной ответственностью «Меда Алтая», Алтайский край, г. Бийск (свидетельство № 142/3), Ревякину Алексею Викторовичу, Новосибирская область, г. Новосибирск (свидетельство № 142/4), Ширяеву Алексею Васильевичу, Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/5), Обществу с ограниченной ответственностью «Дарю тебе Алтай», Алтайский край, Бийский р-он, п. Семеновод (свидетельство № 142/6), Обществу с ограниченной ответственностью «Мёд Алтая», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/7), Обществу с ограниченной ответственностью «Медоводье», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/8), Сельскохозяйственному Потребительскому Снабженческо-Сбытовому Перерабатывающему Кооперативу «АПИС», Алтайский край, Красногорский район, с. Тайна (свидетельство № 142/9), Обществу с ограниченной ответственностью «Алтайская компания «Медовый Край», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство

№ 142/10), Рашевскому Алексею Юрьевичу, Алтайский край, г. Барнаул, (свидетельство № 142/11), Обществу с ограниченной ответственностью «Дары Алтая», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/12), Обществу с ограниченной ответственностью «Фаворит», Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/13), Корюкину Алексею Владимировичу, Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/14), Климову Игорю Викторовичу, Алтайский край, г. Барнаул (свидетельство № 142/15),

- наименованием места происхождения товаров «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ», зарегистрированным 20.02.2019 за № 193 на основании заявки, поданной 24.12.2018, с указанием товара «мёд», исключительное право в отношении которого предоставлено Обществу с ограниченной ответственностью «Республиканский пчелоцентр», Республика Алтай, г. Горно-Алтайск (свидетельство № 193/1), Власенко Маргарите Николаевне, Республика Алтай, г. Горно-Алтайск (свидетельство № 193/2),

- наименованием места происхождения товаров «ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ», зарегистрированным 22.08.2019 за № 217 на основании заявки, поданной 29.12.2018, с указанием товара «марал», исключительное право в отношении которого предоставлено Закрытому акционерному обществу «Фирма Курдюм», Республика Алтай, Усть-Коксинский р-н, с. Карагай (свидетельство № 217/1).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 26.09.2023 поступило возражение, в котором выражено несогласие заявителя с принятым Роспатентом решением. Доводы возражения сводятся к следующему:

- слово «АЛТАЙ» не позволяет однозначно определить границы конкретного географического региона, поскольку, как указано в словарно-справочных источниках, «алтайский» может указывать как на Алтайский край, так и Республику Алтай, а также территории Монголии и Китая, следовательно, элемент «ALTAУ» воспринимается в качестве фантазийного;

- само по себе использование слова «АЛТАЙ» / «ALTAУ» не делает словесный элемент неохраняемым, поскольку есть множество примеров



соответствующих регистраций товарных знаков: «Altay Seligor» по свидетельству



КЛАД АЛТАЯ
№ 548151, «KLAD ALTAJA» по свидетельству № 332459, «

свидетельству № 529139, «ЦВЕТУЩИЙ АЛТАЙ» по свидетельству № 667252,

«Дух Алтая» по свидетельству № 692759, «СИЛА АЛТАЯ» по



свидетельству № 662290, «

по свидетельству № 518093, «ALTAISKIY SPASATEL» по свидетельству № 689092,



На здоровье!
На радость!
На пользу!

«



по свидетельству № 874838, «



«

№ 647485, «АЛТАЙСКИЙ БУКЕТ» по свидетельству № 309442,



Алтайский

«маралёнок» по свидетельству

«



свидетельству № 443200, «



по свидетельству № 812622,

« **АЛТАЙСКИЙ НЕКТАР** » по свидетельству № 441083, « **АЛТАЙСКИЙ ТРАВНИК** »



**Алтайское
здоровье**

по свидетельству № 660673, « **Алтайский доктор** » по свидетельству № 627874, « **Алтайское здоровье** »

по свидетельству № 784758, « **Алтайское Холмогорье** » по свидетельству № 679831,



« **АЛТАЙСКОЕ СПА** » по свидетельству № 531214, « **алтайская звездочка** » по




свидетельству № 573779, « **Алтайская здравница** » по свидетельству № 829471,

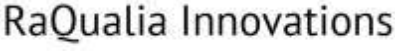
АЛТАЙСКАЯ **АЛТАЙМИКС**
« **ДОЛИНА** » по свидетельству № 506578, « **(ALTAUMIX)** » по свидетельству


ALTAU ORGANIC
№ 509588, « **АЛТАЙ ОРГАНИК** » по свидетельству № 638413;

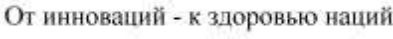
- слово «INNOVATIONS» является формой множественного числа существительного «INNOVATION» и в переводе с английского языка может принимать следующие значения: нововведение, новшество, введение новшеств, новаторство; отпрысковый побег главной ветви (бот.); новация (шотл. юр.), при этом «ИННОВАЦИЯ», согласно словарям иностранных слов русского языка, — это: введение чего-либо нового, нововведенная вещь, модернизация, реформа; вложение средств в новую технологию, новые формы организации труда и управления, охватывающие не только отдельное предприятие, но и их совокупность, отрасль (экон. (чаще мн.ч.)); новообразование, новое явление в языке, обычно в области морфологии, возникшее в данном языке в более позднюю эпоху его развития (лингв.); также новация (Новый большой англо-русский словарь» под ред. Ю.Д. Апресяна / Москва, изд. Русский язык, 1993 г – т.2, с. 241; Базовый англо-русский словарь, 2014 - ; https://basic_en_ru.academic.ru/75294/innovation, Словарь иностранных слов. Комлев Н.Г., 2006 - https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/17287/ИННОВАЦИЯ);

- само по себе использование слова «ИННОВАЦИЯ» / «INNOVATIONS» не делает словесный элемент неохраняемым, поскольку есть множество примеров

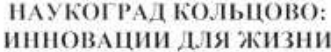
соответствующих регистраций товарных знаков: «  » по свидетельству

№ 665995, «  » по международной регистрации № 1581985,

НОВАЦИЯ
NOVATION
NOVATSIА
« NOVATSYA » по свидетельству № 700965, «  » по

свидетельству № 301254, «  » по свидетельству № 543129,

«  » по свидетельству № 668146, «  » по

свидетельству № 855953, «  » по свидетельству № 645587;

- слово «ALTAУ» ассоциируется непосредственно с Алтаем, его территорией, внутренним устройством, историей, его жителями, их языком, национальным характером, образом жизни, культурой, обычаями и традициями, а слово «INNOVATIONS» вступает в семантическое противоречие со словом «ALTAУ», порождая оксюморон – заявленное обозначение вызывает в восприятии ассоциации с устоями Алтая, которые являются нововведением, может вызывать образ древних знаний, обычаев, которые при этом являются новым и ранее неизвестным;

- невозможно сформировать какие-либо критерии того, что вкладывается в понятие «АЛТАЙСКИЕ ИННОВАЦИИ», для формирования конкретного смыслового значения неизбежно требуется домысливание, додумывание, ассоциации, что свидетельствует о фантазийном характере обозначения;

- материалы заявки не содержат подтверждения известности Алтайского края или Республики Алтай как места производства каждого из заявленных товаров 05 класса МКТУ;

- известность Алтая как места производства пищевых добавок, кормов для животных, масел, лубрикантов для интимных целей – ничем не подтверждена, в связи с чем отсутствуют основания для восприятия заявленного обозначения как места производства заявленных видов товаров;

- противопоставленные товарные знаки не препятствуют регистрации заявленного обозначения, поскольку усматриваются их графические, фонетические и смысловые отличия;

- логическое и фразовое ударение в заявленном обозначении падает на главное слово – существительное «INNOVATIONS», у потребителя не возникнет представлений о принадлежности заявленного обозначения, содержащего словесный элемент «ALTAУ INNOVATION», правообладателям противопоставленных товарных знаков;

- заявленное обозначение не сходно с противопоставленными наименованиями мест происхождения товаров, поскольку усматриваются их графические, фонетические и смысловые отличия;

- логическое и фразовое ударение в противопоставленных наименованиях мест происхождения товаров падает на слова «МЕД», «МАРАЛ»;

- заявитель обращает внимание на то, что аналогичный вопрос о возможности регистрации товарного знака в контексте ссылки на наименования мест происхождения товаров уже был неоднократно рассмотрен судом, и позиция Роспатента была признана несоответствующей законодательству, поскольку само по себе наличие в составе обозначения слова «ALTAУ» не делает его сходным с наименованиями мест происхождения товаров.

На основании изложенных доводов заявитель просит отменить ранее принятое решение и принять решение о государственной регистрации обозначения по заявке № 2022746266 в качестве товарного знака для всех заявленных к регистрации товаров.

С возражением представлены распечатки решений Суда по интеллектуальным правам и Роспатента в отношении иных обозначений.

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

С учетом даты (11.07.2022) поступления заявки № 2022746266 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс (с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 26.07.2019 № 230-ФЗ) 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 с изменениями, внесенными приказом Минэкономразвития России от 10.10.2016 № 647, приказом Минэкономразвития России от 12.03.2018 № 113, приказом Минэкономразвития России от 16.07.2020 № 428, приказом Минэкономразвития России от 23.11.2020 № 770 (далее – Правила).

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

1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;

2) являющихся общепринятыми символами и терминами;

3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 34 Правил, к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в том числе, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

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.

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.

Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42 – 44 Правил.

Согласно пункту 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 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с пунктом 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

звучков, 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).

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 географическим указанием или наименованием места происхождения товара, охраняемыми 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 географическое указание или такое наименование либо сходное с ними до степени смешения обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего право использования такого географического указания или такого наименования, при условии, что регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано такое географическое указание или такое наименование места происхождения товара.

Согласно пункту 47 Правила при проверке сходства словесных обозначений и словесных элементов комбинированных обозначений с зарегистрированным географическим указанием или наименованием места происхождения товара либо с обозначением, заявленным на регистрацию в качестве такового, используются признаки, указанные в пункте 42 Правил. При этом вопрос однородности товаров не исследуется.

Заявленное обозначение **ALTAY**
«INNOVATIONS»  является комбинированным, состоит из размещенных на двух строках слов «ALTAY» и «INNOVATIONS», выполненных заглавными буквами латинского алфавита, а также изобразительного элемента в виде фантазийной фигуры небольшого размера, расположенной справа от словесной части обозначения. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 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».

Оспариваемым решением установлено несоответствие заявленного обозначения пунктам 1, 6 (2) и 7 статьи 1483 Кодекса.

Вывод о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса установлен в связи с тем, что словесные элементы «ALTAУ INNOVATIONS» («ALTAУ INNOVATIONS» — (англ.) «АЛТАЙСКИЕ ИННОВАЦИИ»), где «АЛТАЙСКИЕ (ИЙ)» — относящийся к алтайцам, к их языку, национальному характеру, образу жизни, культуре, а также к Горному Алтаю, его территории, внутреннему устройству, истории; «ИННОВАЦИИ» — процесс создания и освоения новых технологий и продуктов, приводящий к повышению эффективности производства; см., например, Толковый словарь Ожегова, С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/4894>; Справочник технического переводчика. — Интернет, 2009 2013, https://technical_translator_dictionary.academic.ru/76904/инновации).

Заявитель в своем возражении отметил, что словосочетание «АЛТАЙСКИЕ ИННОВАЦИИ» является оксюмороном, поскольку вызывает при восприятии ассоциации с устоями Алтая, которые являются нововведением.

Коллегия отмечает, что выполнение слов «ALTAУ» и «INNOVATIONS» на разных строках обуславливает их некоторую автономность друг от друга. При этом в части слова «ALTAУ» заявитель приводит противоречивую аргументацию, соглашаясь, с одной стороны, с ассоциированием данного слова с его регионом, отмечая при этом возможность ассоциирования его и с иными территориями.

В соответствии с правоприменительной практикой, те или иные элементы (в том числе слова) признаются сильными или слабыми не абстрактно. Сила элемента устанавливается:

1) в конкретном обозначении и по отношению к конкретным иным элементам этого знака;

2) применительно к конкретным товарам (например, с точки зрения описательности или с точки зрения того, является ли использование элемента обычным в отношении конкретных товаров);

3) исходя из восприятия конкретного обозначения в целом адресной группой потребителей.

Названный подход отражен, в частности, в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.06.2022 по делу № СИП-661/2021, от 28.06.2023 по делу № СИП-985/2022.

С учетом указанных критериев слово «ALTAУ», выполненное в латинице на отдельной строке, средним российским потребителем заявленных 05 класса МКТУ, являющихся пищевыми добавками, лечебными и профилактическими средствами, воспринимается исключительно в качестве указания на место нахождения заявителя и место производства названных товаров.

Довод заявителя о неизвестности потребителям территории Алтая в качестве места производства заявленных товаров является неубедительным, поскольку

обратное подтверждается фактом регистрации таких наименований мест происхождения товаров, как «АЛТАЙСКИЙ МЁД», «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ», «ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ».

Так, полезные свойства меда и сопутствующих ему продуктов пчеловодства привели к широкому применению их в составе пищевых добавок, что отражено в формулировках части заявленных товаров (*добавки пищевые из прополиса; добавки пищевые из пчелиного маточного молочка*) и не исключается иными формулировками заявленных товаров. Согласно сведениям в отношении наименования места происхождения товара «АЛТАЙСКИЙ МЁД», альпийский мёд собирается на субальпийских и альпийских лугах с таких медоносов, как сосюра, маралий корень, красный корень, чабрец и др. Согласно сведениям в отношении наименования места происхождения товара «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ», в Республике произрастают свыше 40 видов плодово-ягодных растений, отличающихся хорошими вкусовыми качествами, высоким содержанием витаминов, бактерицидными свойствами, к тому же многие виды являются ценными лекарственными растениями. Около 100 видов растений входят в группу лекарственных, используемых в фармацевтической промышленности, а в народной медицине этот перечень гораздо шире. Согласно сведениям в отношении наименования места происхождения товара «ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ», основным продуктом мараловодства являются панты — молодые, неокостеневшие рога марала, покрытые нежной кожей и напитанные кровью. Действие препаратов на основе пантов марала направлено на пробуждение и включение внутренних резервов организма, восстановление физиологических функций, подъем иммунного статуса (см. сведения в отношении наименований мест происхождения товаров №№ 142, 193, 217).

Таким образом, сведения об Алтае как месте производства заявленных товаров, обособленное исполнение элемента «ALTAУ» в заявленном обозначении, неочевидность его грамматической и смысловой связи среднему российскому

потребителю с иным словесным элементом, адресной группой потребителей спорный элемент не воспринимается как фантазийный, поскольку Алтай для рассматриваемых товаров является широко известным местом их происхождения.

Что касается слова «INNOVATIONS», то заявитель не отрицает его значения, сводящегося к понятиям «нововведения», «новшества». При этом в возражении приведено такое значение слова «INNOVATIONS», как новые формы организации труда и управления, охватывающие не только отдельное предприятие, но и их совокупность, отрасль (экон. (чаще мн.ч.)), что очевидно характеризует место производства товаров как современное, отвечающее новым требованиям времени.

Доводы заявителя о зарегистрированных на имя иных лиц товарных знаках не относятся ни к рассматриваемому обозначению, ни к товарным знакам заявителя. Примеры заявителя в отношении слова «INNOVATIONS» являются некорректными: товарные знаки по свидетельствам №№ 700965, 301254, 543129, 668146, 855953, 645587 не относятся к слову «INNOVATIONS», знаку по международной регистрации № 1581985 правовая охрана на территории Российской Федерации предоставлена с дискламацией элемента «INNOVATIONS» (см. решение Роспатента от 13.01.2022). Коллегия отмечает, что примеры, в которых используется слово «АЛТАЙСКАЯ» / «АЛТАЙСКИЙ» / «АЛТАЙСКОЕ» в составе словосочетаний, а также те обозначения, где слово «АЛТАЙ-» является частью слова, а не автономной единицей обозначения, не могут быть приняты во внимание, поскольку в заявленном обозначении все слова являются иностранными, их грамматическая связь не очевидна российскому потребителю, при этом второй словесный элемент «INNOVATIONS» не выполняет индивидуализирующую функцию, вследствие чего не придает слову «ALTAÛ» качественно новый смысловой окрас, обуславливающий восприятие обозначения в целом в качественно ином значении, нежели в виде простого сочетания слов «ALTAÛ» и «INNOVATIONS».


Таким образом, коллегия считает обоснованным вывод оспариваемого решения о несоответствии слов «ALTAÛ» и «INNOVATIONS» требованиям пункта

1 статьи 1483 Кодекса как характеризующих заявленные товары, в том числе указывающих на их свойство, назначение, место производства.

Заявителем не опровергается вывод о доминировании в составе заявленного обозначения слов, признанных неохраняемыми, вследствие чего вывод об отсутствии охраноспособности слов «ALTAУ» и «INNOVATIONS» влечёт невозможность регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака по причине нарушения положений абзаца шестого пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В рамках подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса заявленному обозначению были противопоставлены товарные знаки « **АЛТАЙ** » по свидетельству № 653165, « **ALTAI** » по свидетельству № 653164, « **АЛТАЙ ALTAI** » по свидетельству № 619470, « **АЛТАЙ** » по свидетельству № 570467, « ALTAI » по свидетельству **АЛТАЙ** № 513432, « ALTAI » по свидетельству № 332044.

В противопоставленных товарных знаках единственным индивидуализирующим элементом являются слова «АЛТАЙ» / «ALTAI» / «ALTAУ», поскольку именно они определяют образ обозначений в целом, способствуют запоминанию знаков потребителями, в то время как плашки комбинированных товарных знаков выступают фоном для словесных элементов.

Сравнение заявленного обозначения « **ALTAУ** **INNOVATIONS**  » и противопоставленных товарных знаков « **АЛТАЙ** » по свидетельству № 653165, « **ALTAI** » по свидетельству № 653164, « **АЛТАЙ ALTAI** » по свидетельству № 619470, « **АЛТАЙ** » по свидетельству № 570467, « ALTAI » по свидетельству **АЛТАЙ** № 513432, « ALTAI » по свидетельству № 332044 показало следующее.

В заявленном обозначении словесный элемент «ALTAУ» является первой частью доминирующего словесного элемента «ALTAУ INNOVATIONS», влияет на

общее впечатление, в связи с чем совпадение по фонетике / семантике данного элемента с единственными элементами названных товарных знаков обуславливает их смысловое и фонетическое ассоциирование, поскольку не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака. Наличие в сравниваемых товарных знаках тождественного словесного элемента свидетельствует о том, что определенная степень сходства сравниваемых обозначений имеется (см. практику Суда по интеллектуальным правам, изложенную в актах от 21.05.2018 по делу № СИП-210/2017, от 26.11.2018 по делу № СИП-147/2018, от 25.01.2019 по делу № СИП-261/2018, от 11.07.2019 по делу № СИП-21/2019, от 25.12.2019 по делу № СИП-137/2018, от 31.03.2021 по делу № СИП-569/2020, от 28.06.2023 по делу № СИП-985/2022). Присутствующий в заявленном обозначении словесный элемент «INNOVATIONS», хотя и удлиняет звукоряд, но не меняет смысловое восприятие слова «ALTAУ». Довод возражения о том, что логическое ударение в заявленном обозначении приходится на слово «INNOVATIONS» не обусловлен восприятием обозначения в целом: начинается прочтение заявленного обозначения именно со слова «ALTAУ», и именно оно находится в сильной позиции, располагаясь в верхней строчке. С точки зрения смысловой нагрузки оба словесных элемента являются характеризующими по отношению к испрашиваемым товарам, при этом грамматическая связь между ними не очевидна среднему российскому потребителю, следовательно, коллегия не имеет оснований для признания различными заложенных в сравниваемые обозначения понятия и идеи. Коллегия отмечает, что заявитель ссылается на практику оценки «сильного» элемента в составе иных обозначений, в частности, «Алтайский стандарт», однако она не относится к рассматриваемому обозначению, имеющему принципиально иное восприятие российскими потребителями.

Графический критерий не может быть признан определяющим, поскольку изобразительный элемент, использованный в заявленном обозначении, не приводит к утрате доминирующей роли словесного элемента.

Таким образом, заявленное обозначение и названные товарные знаки являются сходными в целом.

Следует учитывать, что на оценку вероятности смешения оказывают влияние и иные факторы, в частности, степень однородности товаров и факт противопоставления серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

При оценке однородности товаров 05 класса МКТУ, представленных в перечнях заявки № 2022746266 и свидетельств №№ 513432, 653165, 653164, 619470, 570467, коллегия исходит, прежде всего, из родовой принадлежности товаров.

Так, большинство товаров противопоставленных регистраций относятся к таким родовым группам, как добавки пищевые, в том числе корма, применяемые для медицинских и фармацевтических целей, лекарственные средства (препараты и вещества) любых форм, а также сырье для препаратов и средств, применяемых в медицинских и ветеринарных целях.

С учетом сказанного заявленные товары *«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» являются однородными товарам, указанным в перечнях регистраций №№ 513432, 653165, 653164, 619470, 570467, поскольку они относятся к одному роду, а также имеют общее назначение, обладают общими условиями реализации, одинаковым кругом потребителей.

Перечень противопоставленного свидетельства № 332044 не содержит товаров 05 класса МКТУ. Правовая охрана данного товарного знака действует в отношении товаров 03 класса МКТУ, в том числе, зубных порошков и паст, средств моющих и гигиенических. Средств того же вида заявленный перечень не содержит, что обуславливает возможность признания сопоставляемых товаров неоднородными ввиду их разной родовой и видовой принадлежности, а также разного назначения.

Таким образом, имеет место однородность товаров заявленного перечня товарам противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 513432, 653165, 653164, 619470, 570467. Противопоставление серии товарных знаков является обстоятельством, усугубляющим вероятность смешения.

С учетом сказанного заявленное обозначение не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных товаров 05 класса МКТУ, так как сходно до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам №№ 513432, 653165, 653164, 619470, 570467.

В отношении соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 7 статьи 1483 Кодекса коллегией установлено следующее.

Противопоставленные наименования мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД» и «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ» выполнены стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана данных средств индивидуализации действует в отношении товаров «пчелиный мёд» и «мёд» с указанием мест происхождения товаров Алтайский край и Республика Алтай, соответственно.

Мёд – сладкое сиропообразное вещество, вырабатываемое медоносной пчелой из нектара растений, см. Большой Энциклопедический словарь, <http://dic/academic.ru>.

Согласно сведениям о наименовании места происхождения товаров, зарегистрированным за № 142, «АЛТАЙСКИЙ МЁД» отличается типичным неярким цветом, богатым ароматическим букетом и мягким вкусом с многообразием тонких оттенков, что связано с преобладанием в составе пчелиного мёда нектара многих растений-медоносов с высоким содержанием эфирных масел семейства губоцветных, зонтичных, крестоцветных, розоцветных, сложноцветных и других. Пчелиный мёд из Алтайского края содержит пыльцевые зёрна десятков эндемиков – растений, которые встречаются только в Алтайском крае. Большое количество сортов пчелиного мёда обусловлено многообразием растительного покрова региона. Среди многообразия сортов пчелиного мёда из Алтайского края наиболее ценны горный (таёжный) и альпийский (высокогорный). Горный мёд имеет нежный умеренный цветочный аромат и очень насыщенный сладкий фруктовый вкус. Цвет у горного мёда разный – от жёлтого до светло-коричневого. Медосбор горного мёда происходит с растений-медоносов: акация, боярышник, черёмуха, шиповник, жимолость, ива, весенние первоцветы, кипрей, малина, клевер и др. У альпийского мёда непередаваемый свежий аромат, цвет – желтоватый, часто с ярко выраженным зеленоватым оттенком, в кристаллизованном состоянии – от белого до светло-жёлтого. Альпийский мёд собирается на субальпийских и альпийских лугах с таких медоносов, как сосюрея, маралий корень, красный корень, чабрец и др. Также можно выделить и донниковый мёд, являющийся одним из лучших сортов монофлорных мёдов России, вкус у которого нежный приятный с ароматом, напоминающим ванильный, цвет – светлый, белый или светло-янтарный.

Согласно сведениям о наименовании места происхождения товаров, зарегистрированным за № 193, «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ» является продуктом пчеловодства, который имеет слабый, приятный, без постороннего запаха аромат,

сладкий, приятный вкус, янтарный, светло-коричневый или тёмно-жёлтый цвет. На территории Горного Алтая произрастает более 500 видов сосудистых растений и 50 видов древесных пород. Большинство медоносов – дикорастущие горные растения, отсюда – особые целебные свойства мёда. В горных лесах, в долинах и на лесных полянах часто встречаются обширные заросли богатейших травянистых и кустарниковых растений (кандык, медуница, ива, акация желтая, синюха, дягиль, русянка, малина, кипрей, татарник, сосюра и др.). Естественные угодья в медоносной растительности составляют большую часть. Преимущества мёда проявляются и в возможности пчёл собирать мёд как с диких растений, так и с сельскохозяйственных, и даже с плодовых.


Противопоставленное наименование места происхождения товаров «ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ» выполнено стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана данного средства индивидуализации действует в отношении товаров «марал» с указанием места происхождения товаров Республика Алтай.

Марал – крупный олень с большими ветвистыми рогами, водящийся в Сибири и Средней Азии (см. Толковый словарь Д.Н. Ушакова, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/855686>).

Согласно сведениям о наименовании места происхождения товаров, зарегистрированным за № 217, «ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ» – красивое крупное парнокопытное дикое животное из семейства оленевых, разводимое в Республике Алтай. В промысловом отношении марал занимает в Республике Алтай первое место между всеми копытными дикими животными благодаря высокой ценности его мяса и весенних рогов. Разводить их на территории Горного Алтая начали в XVIII веке первые христиане-староверы, прибывшие из России. За многолетнюю историю развития пантовое оленеводство приобрело свои особенности, типичные для данного региона. Основной продукт мараловодства – панты – это молодые, неокостеневшие рога марала, покрытые нежной кожей и

напитанные кровью. Панты содержат ценное вещество пантокрин – мощный биостимулятор, благотворно влияющий на организм, дарующий силу и молодость. Горно-алтайский марал – это эндемик, т.е. этот вид оленя нигде, кроме Горного Алтая, больше не обитает. Действие препаратов на основе пантов марала направлено на пробуждение и включение внутренних резервов организма, восстановление физиологических функций, подъем иммунного статуса. Результатом является повышение общей сопротивляемости организма к различным заболеваниям, вызванным инфекциями, несбалансированным питанием, условиями труда, стрессами или экологическими воздействиями. Ценным является также мясо марала – это высококачественный диетический продукт с высоким содержанием белков и витаминов, который пользуется большим потребительским спросом. Кровь марала – ещё один продукт мараловодства, который имеет важное значение для здоровья человека. Берут кровь немного с каждого животного во время срезки пантов из шейной вены, когда она возвращается после прохождения через панты. Панты и кровь от маралов можно получать ежегодно в течение всей эксплуатации животных (10-12 лет), другую продукцию – лишь один раз.

Сопоставительный анализ заявленного обозначения

«**ALTAY INNOVATIONS** » и противопоставленных наименований мест происхождения товаров на предмет их сходства показал следующее.

С точки зрения графического признака сходства словесных элементов имеет место выполнение обозначений буквами разных алфавитов. Вместе с тем особенности противопоставляемых объектов (словесные обозначения) не позволяют сделать вывод о возможности ведущей роли визуального критерия.

Фонетическое сходство заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД» и «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ», «ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ» обусловлено включением в состав сравниваемых обозначений слов «ALTAУ» и «АЛТАЯ» / «АЛТАЙСКИЙ», в

которых имеются одинаковые буквосочетания, расположенные в одинаковой последовательности.

Иные словесные элементы имеют фонетические отличия, при этом вывод о сходстве обозначений базируется на основе оценки общего впечатления.

Как известно, смысловой критерий, в отличие от остальных может выступать в качестве самостоятельного признака, обеспечивающего вывод о сходстве обозначений в целом. Следовательно, в данном случае превалирует именно смысловой критерий.

В противопоставленных наименованиях мест происхождения товаров слова, производные от названия «Алтай», представляют собой указание на определенную территорию, регион происхождения товаров, особые свойства которых явились основанием для регистрации соответствующих средств индивидуализации.

С учетом сказанного логическое ударение и основная индивидуализирующая нагрузка в противопоставленных наименованиях мест происхождения товаров приходится именно на словесные элементы «Алтайский», «Алтая».

Включение в состав обозначения слова «ALTAУ» не позволяет признать сравниваемые средства индивидуализации несходными в целом, поскольку нельзя прийти к выводу о том, что логическое ударение в заявленном обозначении приходится на слово «INNOVATIONS», расположенное в конце и несущее неопределенный смысловой образ. В свою очередь, слово «ALTAУ» имеет определенное смысловое восприятие как указание на территорию, место со всей его спецификой и известностью.

Принимая во внимание перечень испрашиваемых товаров, не исключаящих использование целебных и уникальных свойств продукции пчеловодства и мараловодства, вероятность смешения заявленного обозначения и наименований мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД», «МЕД ГОРНОГО АЛТАЯ», «ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ» следует признать существующей, так как именно слово «ALTAУ» для таких товаров ориентирует потребителя об уникальных

характеристиках продукции пчеловодства, мараловодства, происходящей в территории Алтая.

Таким образом, коллегия не может снять имеющиеся в рамках пункта 7 статьи 1483 Кодекса противопоставления.

Вышеизложенный анализ в своей совокупности свидетельствует о невозможности предоставления правовой охраны заявленному обозначению в отношении всех заявленных товаров.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.09.2023, оставить в силе решение Роспатента от 26.07.2023.