

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

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом 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 (далее – Правила рассмотрения споров), рассмотрела поступившее 29.06.2021 возражение Общества с ограниченной ответственностью «Славянская Торговая Компания», Алтайский край (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2019746526 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Обозначение по заявке № 2019746526 было заявлено на государственную регистрацию в качестве товарного знака с приоритетом от 17.09.2019 на имя заявителя в отношении товаров 30 класса МКТУ.

Согласно материалам заявки заявленное обозначение представляет собой



комбинированное обозначение .

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 04.03.2021 об отказе в государственной регистрации товарного знака, мотивированное в заключении по результатам экспертизы несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 7 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения в отношении всех приведенных в

заявке товаров 30 класса МКТУ с наименованиями мест происхождения товаров «**АЛТАЙСКИЙ МЁД**» № 142, право пользования которым для мёда предоставлено другим лицам по свидетельствам №№ 142/1, 142/2, 142/3, 142/4 и 142/5 с более ранними приоритетами, и «**МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ**» № 193, право пользования которым для мёда предоставлено другому лицу по свидетельству № 193/1 с более ранним приоритетом.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 29.06.2021 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 04.03.2021.

Доводы возражения сводятся к тому, что заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными наименованиями мест происхождения товаров, так как в состав заявленного обозначения входят единый фантазийный словесный элемент «**Алтайпчелопром**» и оригинальный изобразительный элемент, в силу чего сравниваемые обозначения производят разное общее зрительное впечатление и отличаются друг от друга количеством слов, слогов, звуков и букв и составами звуков и букв, цветовыми и шрифтовыми их исполнениями и наличием в заявленном обозначении изобразительного элемента, а также смысловыми значениями соответствующих словосочетаний, когда в заявленном обозначении фантазийный словесный элемент «**Алтайпчелопром**» в целом имеет неопределенную семантику и семантически нейтрален в отношении широкого перечня заявленных товаров, в то время как противопоставленные наименования мест происхождения товаров «**АЛТАЙСКИЙ МЁД**» и «**МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ**» указывают всего лишь на определенный вид товара – мёд, исключительно для которого они и охраняются.

В данном возражении были приведены также прецеденты регистрации на имя разных лиц различных товарных знаков, в состав которых входят слова «**АЛТАЙ**», «**ALTAI**» или «**ALTAU**».

На основании изложенного в возражении содержится просьба отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех приведенных в заявке товаров.

Кроме того, в процессе рассмотрения настоящего возражения на основании пункта 45 упомянутых выше Правил рассмотрения споров было выявлено дополнительное основание, препятствующее предоставлению правовой охраны заявленному обозначению, а именно несоответствие данного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку входящие в его словесный элемент, представляющий собой сложносоставное слово, общепринятые сокращения «**пчелопром**», указывающие в силу своих смысловых значений на продукты производства соответствующего пчеловодческого сектора хозяйства (промышленного пчеловодства), то есть на продукты пчеловодства (мед, молочко маточное пчелиное и прополис), способны ввести в заблуждение потребителя относительно других приведенных в заявке товаров, не относящихся к таким продуктам пчеловодства.

Данное обстоятельство было доведено до сведения заявителя в направленном ему уведомлении ФИПС от 16.02.2022.

В связи с вышеуказанным обстоятельством заявителю была предоставлена возможность представить свое мнение относительно этого нового правового основания для отказа в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении соответствующей части товаров 30 класса МКТУ.

На заседании коллегии, состоявшемся 10.03.2022, представителем заявителя было устно высказано мнение, доводы которого по своему существу всего лишь повторяют ранее изложенные им в возражении доводы о фантазийности в целом словесного элемента в составе заявленного обозначения и наличии ранее упомянутых им в возражении прецедентов регистрации на имя разных лиц различных товарных знаков в отношении различных товаров.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи заявки (17.09.2019) правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом 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 (далее – Правила).

В соответствии с абзацем 1 и подпунктом 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.

В соответствии с абзацем 2 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 соответствии с пунктом 7 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованием места происхождения товаров, охраняемым в соответствии с 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 наименование места происхождения товара.

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 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно: 1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение; 2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с 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 настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 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. Признаки, указанные в настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Заявленное обозначение представляет собой комбинированное



обозначение , в котором доминирует выполненный по дуге окружности буквами русского алфавита словесный элемент «**Алтайчелопром**», так как он акцентирует на себе внимание, занимая верхнюю часть пространства, с которой, прежде всего, начинается и формируется восприятие обозначения, и запоминается легче, чем изобразительный элемент, играющий второстепенную роль, служа лишь в качестве декоративного оформления и иллюстрации для указанного доминирующего словесного элемента.

При этом следует отметить, что в указанном выше словесном элементе «**Алтайчелопром**» посредством весьма очевидного логического обособления в нем известных российским потребителям определенных лексических единиц русского языка легко обнаруживаются соответствующие два отдельных слова – «**Алтай**» и «**пчелопром**», которые и образуют данный сложносоставной

словесный элемент и, как следствие, формируют соответствующее его фонетическое и смысловое восприятие этими потребителями.

Так, «**пчело-**» – это начальная часть сложных слов, вносящая значение слова «пчёлы (пчеловодство)» (см. Интернет-портал «Академик: Словари и энциклопедии на Академике / Современный толковый словарь русского языка Ефремовой» – <https://dic.academic.ru/>), а «**пром**» – сокращение в новых сложных словах в значении «промышленный (промышленность)» (см. там же – Толковый словарь Ушакова). Промышленность – это сектор хозяйства, связанный с производством (см. там же – Словарь бизнес-терминов).

Ввиду данных определенных словарных смысловых значений соответствующий элемент «**пчелопром**» является весьма слабым с точки зрения его индивидуализирующей способности в отношении приведенных в заявке товаров 30 класса МКТУ, представляющих собой именно продукты производства соответствующего пчеловодческого сектора хозяйства (промышленного пчеловодства), то есть такие продукты пчеловодства, в частности, как мед, молочко маточное пчелиное и прополис, а также и в отношении всех других продуктов питания, которые могут содержать в своем составе в качестве основных ингредиентов эти продукты пчеловодства.

Помещенный в состав заявленного обозначения изобразительный элемент воспринимается исключительно как стилизованное изображение пчелиных сот, то есть он семантически связан с вышеупомянутой продукцией.

В свою очередь, особенно акцентирующее на себе внимание начальное слово «**Алтай**» представляет собой наименование определенного географического региона, которое, следовательно, и подлежит, прежде всего, его сопоставлению именно с соответствующими наименованиями мест происхождения товаров, образованными, собственно, от этого географического наименования.

Предоставление правовой охраны заявленному обозначению в качестве товарного знака с приоритетом от 17.09.2019 испрашивается в отношении товаров 30 класса МКТУ.

Противопоставленные наименования мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД» № 142, право пользования которым для мёда предоставлено другим лицам по свидетельствам №№ 142/1, 142/2, 142/3, 142/4 и 142/5 с более ранними приоритетами, и «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ» № 193, право пользования которым для мёда предоставлено другому лицу по свидетельству № 193/1 с более ранним приоритетом, содержат в себе несущие в них основную индивидуализирующую нагрузку словесные элементы «АЛТАЙСКИЙ» и «АЛТАЯ», выполненные буквами русского алфавита.

Сопоставительный анализ вышеуказанных слов, несущих в сравниваемых обозначениях основную индивидуализирующую нагрузку («Алтай» – «АЛТАЙСКИЙ», «АЛТАЯ»), показал, что они являются между собой фонетически сходными, поскольку у них совпадает бóльшая часть их звукосочетаний (основы или корни слов), а также еще и семантически сходными, поскольку они либо представляют собой одно понятие, либо образованы от одной основы, обозначающей это понятие, в силу чего данные сравниваемые знаки ассоциируются друг с другом в целом.

Что касается довода возражения о наличии в заявленном обозначении у сложного слова «Алтайпчелопром» в целом какого-то иного смыслового значения, отличающегося от значений составляющих его соответствующих отдельных слов – лексических единиц русского языка, то следует отметить, что их составление в одно слово без пробела между ними вовсе не свидетельствует об обязательном изменении присущей им определенной семантики, приведенной в словарях и проанализированной выше.

При сравнительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товаров коллегия исходила из того, что решающее значение при их восприятии в целом имеют именно фонетический и семантический факторы, на основе которых и было установлено их сходство за счет сходства соответствующих слов, несущих в них основную индивидуализирующую нагрузку.

При этом некоторые имеющиеся у сравниваемых обозначений отличия (по количеству слов, слогов, звуков и букв и составам звуков и букв ввиду наличия иных слов, по цветовым и шрифтовым исполнениям знаков и по наличию в заявленном обозначении изобразительного элемента) играют лишь второстепенную роль при восприятии данных знаков в целом.

Изложенные выше обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что заявленное обозначение и противопоставленные наименования мест происхождения товаров, несмотря на их отдельные отличия, ассоциируются друг с другом в целом и, следовательно, являются сходными.

Относительно отмеченных заявителем в возражении прецедентов регистрации товарных знаков со словами «АЛТАЙ», «ALTAI» или «ALTAУ» следует отметить то, что административный прецедент не является источником права в российской правовой системе. Каждый знак индивидуален, и возможность его регистрации рассматривается отдельно в зависимости от каждого конкретного случая, в том числе с учетом той или иной семантики входящих в их состав других слов, наличия или отсутствия у них индивидуализирующей способности в той или иной степени, наличия или отсутствия между словами той или иной грамматической и семантической взаимосвязи и возможности у соответствующих словосочетаний порождать в целом те или иные различные ассоциативно-смысловые образы и т.д.

Вышеуказанные наименования мест происхождения товаров для товара «мёд» препятствуют предоставлению правовой охраны заявленному обозначению в качестве товарного знака, согласно норме права, предусмотренной пунктом 7 статьи 1483 Кодекса, в отношении любых товаров, а именно, которые могут быть восприняты, как относящиеся к пчеловодству.

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные наименования мест происхождения товаров являются сходными до степени смешения в отношении приведенных в заявке товаров 30 класса МКТУ «мед; молочко маточное пчелиное; прополис».

Исходя из указанных выше обстоятельств, коллегия не располагает какими-либо основаниями, опровергающими вывод экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 7 статьи 1483 Кодекса для данных товаров.

Вместе с тем, все другие приведенные в заявке товары 30 класса МКТУ сами по себе не относятся к продуктам пчеловодства, то есть к продуктам производства пчеловодческого сектора хозяйства (промышленного пчеловодства), в силу чего упомянутые ранее общепринятые сокращения «пчелопром», входящие в представляющий собой сложносоставное слово словесный элемент заявленного обозначения и имеющие соответствующие строго определенные смысловые значения, способны ввести в заблуждение потребителя относительно таких товаров, обуславливая вывод коллегии о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса для этих товаров.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 29.06.2021, изменить решение Роспатента от 04.03.2021 и отказать в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2019746526 с учетом дополнительного основания.