


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации в редакции Федерального закона Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвёртую 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, утверждёнными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003, регистрационный № 4520, рассмотрела поступившее 21.06.2023 возражение, поданное Акционерным обществом «Курорт Белокуриха», Алтайский край, г. Белокуриха (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022731741, при этом установила следующее.



АЛТАЙ КУРОРТ
ГРУППА КОМПАНИЙ

Комбинированное обозначение «  » по заявке № 2022731741, поданной 18.05.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 29, 30, 32, 35, 37, 39, 43 и 44 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).

Роспатентом 21.04.2023 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022731741. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в отношении всех

заявленных товаров по причине его несоответствия требованиям пунктов 1, 3, 6, 7 статьи 1483 Кодекса.

Согласно заключению по результатам экспертизы заявленное обозначение:

- не соответствует пункту 7 статьи 1483 Кодекса, поскольку сходно до степени смешения:

- с наименованием места происхождения товаров «**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);


- с 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);

- с 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);

- с географическим указанием «**КАЗЫ ГОРНОГО АЛТАЯ**», зарегистрированным 24.05.2021 за № 264 на основании заявки, поданной 03.02.2021, с указанием товара «казы», исключительное право в отношении которого предоставлено Сельскохозяйственному потребительскому перерабатывающему кооперативу «АК БООЧЫ», Республика Алтай, Майминский р-н, пос. Рыбалка (свидетельство № 264/1);


- не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку сходно до степени смешения:




- с серией товарных знаков: «  » по международной регистрации № 614388А (конвенционный приоритет от 20.09.1993, срок действия исключительного права продлен до 04.03.2024), « **ALTAI** » по свидетельству № 212165 (с приоритетом от 22.11.1996, срок действия исключительного права

продлен до 22.11.2026), « **АЛТАЙ** » по свидетельству № 185114 (с приоритетом от 23.04.1998, срок действия исключительного права продлен до 23.04.2028),


« **АЛТАЙ** » по свидетельству № 210466 (с приоритетом от 23.04.1998, срок

действия исключительного права продлен до 23.04.2028), «  » по свидетельству № 212167 (с приоритетом от 03.03.1999, срок действия


исключительного права продлен до 03.03.2029), «  » по свидетельству № 210796 (с приоритетом от 03.03.1999, срок действия исключительного права


продлен до 03.03.2029), « **ALTAI** » по свидетельству № 279364 (с приоритетом от 14.02.2003, срок действия исключительного права продлен до 14.02.2033),




«  » по свидетельству № 449413 (с приоритетом от 20.08.2009, срок действия



исключительного права продлен до 20.08.2029), «  » по свидетельству № 449473 (с приоритетом от 20.08.2009, срок действия исключительного права

продлен до 20.08.2029), «  » по свидетельству № 449414 (с приоритетом от 20.08.2009, срок действия исключительного права продлен до 20.08.2029),

«  » по свидетельству № 604804 (с приоритетом от 02.12.2015),

которые зарегистрированы на имя Общества с ограниченной ответственностью «Алтай Холдинг», Алтайский край, в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 32 класса МКТУ;

- с товарным знаком «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 716756 (приоритет от 23.04.1998, срок действия исключительного права продлен до 23.04.2028), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Оригами», Республика Башкортостан, г. Уфа, с. Нагаево, в отношении услуг 42 класса МКТУ, признанных однородными заявленным услугам 35 и 43 классов МКТУ;




- товарным знаком «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 185189 (приоритет от 30.06.1998, срок действия исключительного права продлен до 30.06.2028), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Кондитерская фирма «Алтай», г. Барнаул, в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ;



- с товарными знаками «**Алтай**» по свидетельству № 257201 (приоритет от 09.10.2002, срок действия исключительного права продлен до 09.10.2032), «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 632425 (приоритет от 11.02.2016), зарегистрированными на имя Степанова Валерия Анатольевича, Алтайский край, г. Бийск, в отношении однородных товаров 29, 30 классов МКТУ;

- с серией товарных знаков: «**ALTAI**» по свидетельству № 653164 (приоритет от 29.03.2016), «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 653165 (приоритет от 29.03.2016), «**АЛТАЙ ALTAI**» по свидетельству № 619470 (приоритет от 23.07.2015), «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 570467 (приоритет от 19.01.2015), которые зарегистрированы на имя Закрытого акционерного общества «Фармацевтическое предприятие «Мелиген», Ленинградская область, Всевожский район, пос. Щеглово, в отношении товаров 05 класса МКТУ, признанных однородными заявленным товарам 29 и 30 классов МКТУ;



- с товарным знаком «» по свидетельству № 714308 (да приоритет от 17.11.2017), зарегистрированным на имя Общества с ограниченной ответственностью «Терминал-Барнаул», Алтайский край, в отношении однородных товаров 29 класса МКТУ;

- с обозначением «АЛТАЙ» по заявке № 2021766374 (дата подачи: 12.10.2021), заявленным на регистрацию в качестве товарного знака имя Общества с ограниченной ответственностью «Бочкаревский пивоваренный завод», Алтайский край, район Целинный, с. Бочкари, в отношении однородных товаров 32 класса МКТУ;

- не соответствует пункту 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку входящие в состав заявленного обозначения слова «Алтай» (республика в составе Российской Федерации), «Курорт» (местность, обладающая природными лечебными средствами (минеральные воды, грязи, климат и др.) – см., например, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/>, Большой Энциклопедический словарь, 2000, и др.), «Группа компаний» (холдинговая (родительская) компания и ее филиалы, дочерние компании – см., например, https://dic.academic.ru/contents.nsf/fin_enc/ Финансы. Толковый словарь. 2-е изд. — М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир». Брайен Батлер, Брайен Джонсон, Грэм Сидуэл и др. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М., 2000, и др.) являются неохранными;

- не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса в отношении части услуг 35, 37, 39, 43 и 44 классов МКТУ, поскольку для таких услуг слова «Алтай», «Курорт», указывающие на назначение услуг, местонахождение заявителя и / или место производства товаров и оказания услуг, не отвечают указанным требованиям, в связи с чем способны ввести потребителя в заблуждение относительно вида оказываемых услуг;

- не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса в отношении части товаров 32 класса МКТУ как вводящее потребителя в заблуждение относительно

природного происхождения таких товаров, поскольку включает элемент «Алтай», который воспринимается как указание на географический объект, в котором осуществляется добыча / производство природной минеральной / питьевой воды.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 21.06.2023, заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента. Доводы возражения сводятся к следующему:

- в ответе на уведомление заявитель представлял скорректированный перечень услуг 37, 39, 44 классов МКТУ, в отношении которого исследована способность элемента «Курорт» вводить потребителей в заблуждение;

- в ответе на уведомление заявитель представлял скорректированный перечень товаров 29, 30 и услуг 35 классов МКТУ, в отношении которого исследовано нарушение положений пункта 6 статьи 1483 Кодекса;

- оспариваемое решение не соответствует правоприменительной практике в части недопустимости одновременного применения положений пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса к одному и тому же обозначению (элементу) (приведены сведения о рассмотрении Судом по интеллектуальным правам дел №№ СИП-381/2020, СИП-645/2019, СИП-851/2021, а также о рассмотрении Роспатентом возражений в отношении обозначений по заявкам №№ 2019740428, 2020706415, 2018707101, 2022733172);

- для части услуг, в отношении которых принято решение о несоответствии заявленного обозначения пункту 3 статьи 1483 Кодекса (37 класс МКТУ: *«заряд аккумуляторов транспортных средств; прокат зарядных устройств для аккумуляторов; прокат портативных зарядных устройств; услуги по зарядке сотовых телефонов»*, 39 класс МКТУ: *«услуги спасательные подводные»*, 44 класс МКТУ: *«депиляция восковая; маникюр; парикмахерские; пирсинг; прокат приборов для укладки волос; салоны красоты; татуирование; услуги барбершопов; услуги косметологов; услуги по окрашиванию волос; услуги соляриев; услуги эстетические»*), спорное обозначение не является вводящим в заблуждение, поскольку заявитель допускает, что на территории курорта в Алтайском крае могут стоять боксы «АЛТАЙ КУРОРТ», позволяющие среди горной местности зарядить

свой телефон или аккумулятор автомобиля, в условиях протекающей рядом с базами отдыха горной реки с быстрым течением могут оказываться спасательные услуги, на территории современного курорта могут располагаться салоны красоты, солярии, тату-салоны, парикмахерские;

- для части товаров, в отношении которых принято решение о несоответствии заявленного обозначения пункту 6 статьи 1483 Кодекса (29 класс МКТУ: *«андушет; голотурии неживые; икра баклажанная»*, 30 класс МКТУ *«кубики льда; сок лимонный; соусы»*), неверно установлена однородность в связи с противопоставленными товарными знаками;

- элемент «Алтай» и производные от него относятся к неохраноспособным элементам;

- Алтайский край знаменит своим благоприятным климатом, питьевыми минеральными источниками, местами для отдыха и курортами, в связи с чем абсолютное большинство предпринимателей, которые в туристический сезон организуют досуг туристам, используют в названиях баз отдыха, туристических баз слово «Алтай» и производные от него;

- предприниматели стараются акцентировать внимание на внешних графически активных признаках своих обозначений, как это сделал заявитель;

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными наименованиями мест происхождения товаров **«АЛТАЙСКИЙ МЁД»**, **«МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ»**, **«ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ»** и географическим указанием **«КАЗЫ ГОРНОГО АЛТАЯ»** в связи с их различной семантикой, графикой и фонетикой;

- при исследовании вопроса сходства заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товаров **«АЛТАЙСКИЙ МЁД»**, **«МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ»**, **«ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ»**, географического указания **«КАЗЫ ГОРНОГО АЛТАЯ»** следует учитывать судебную практику по рассмотрению дел №№ СИП-645/2019, СИП-144/2021, СИП-793/2018, СИП-1045/2019;

- заявленное на регистрацию обозначение включает в себя словесные элементы «Алтай», «Курорт», «Группа компаний», значения каждого из которых понятны любому потребителю, не требуют дополнительного домысливания, что свидетельствует об их описательности;

- доказательством слабости элементов «Алтайский», «Алтай» является количество регистраций товарных знаков с этими словами, например: товарные знаки «Алтайский урожай» по свидетельству № 383473, «Алтайский нектар» по свидетельству № 441083, «Алтайский каравай» по свидетельству № 300361, «Алтайский кудесник» по свидетельству № 417692, «Алтайский сувенир» по свидетельству № 480998, «Алтайский лекарь» по свидетельству № 489793, «Алтайский пекарь» по свидетельству № 580274, «Алтайский мясодел» по свидетельству № 528184, «Алтайский травник» по свидетельству № 660673, «Алтайский золотой» по свидетельству № 668684, «Алтайский берег» по свидетельству № 615994, «Алтайский букет» по свидетельству № 309442, «Алтайский фермер» по свидетельству № 494161, «Алтайский кондитер» по свидетельству № 596615, «Алтайский источник» по свидетельству № 458795;

- заявителем обнаружена практика сосуществования зарегистрированных наименований мест происхождения товаров и товарных знаков, включающих географическое наименование («Вологодское», «Башкирский», «Московская», «Омская», «Воронежская», «Суздальская», «Оренбургский», «Можайское»);

- наличие зарегистрированных наименований мест происхождения товаров и географического указания не должно являться препятствием для регистрации заявленного обозначения в отношении каких-либо услуг, поскольку пункт 7 статьи 1483 Кодекса относится только к товарам;

- заявитель не готов примириться с отказом в регистрации заявленного обозначения, в том числе для услуг «*базы отдыха*» из-за зарегистрированных наименований мест происхождения товаров и географического указания.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просил отменить решение Роспатента по заявке № 2022731741 и зарегистрировать заявленное обозначение в

качестве товарного знака в отношении части заявленных товаров и услуг, перечисленных в возражении.

С возражением представлены следующие материалы:

(1) копия оспариваемого решения Роспатента от 21.04.2023;

(2) копия решения Роспатента, принятого в отношении иной заявки иного заявителя.

Корреспонденцией, поступившей в материалы дела 22.08.2023, заявитель представил дополнение к возражению, в котором привел следующие доводы:

- основания для отказа в регистрации заявленного обозначения, предусмотренные пунктом 7 статьи 1483 Кодекса, должны быть сняты;

- в заключении по результатам экспертизы заявленного обозначения приведен анализ однородности товаров и услуг, по результатам которого должно быть снято противопоставление товарных знаков по свидетельствам №№ 653164, 653165, 632425, 619470, 185189, 716756;

- также в заключении по результатам экспертизы заявленного обозначения содержится вывод относительно того, для каких именно услуг заявленное обозначение квалифицировано как вводящее потребителей в заблуждение;

- заявитель полагает, что для части товаров и услуг заявленного перечня основания для отказа в регистрации обозначения по заявке № 2022731741 отсутствуют;

- для сокращенного перечня услуг 43 класса МКТУ (в особенности для услуг *«базы отдыха; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов»*) вероятность смешения заявленного обозначения и товарного знака по свидетельству № 716756 отсутствует.

На основании изложенного заявитель просил отменить решение Роспатента от 21.04.2023 и зарегистрировать в качестве товарного знака обозначение по заявке № 2022731741 для части заявленных товаров и услуг, перечисленных в дополнении от 22.08.2023.

В корреспонденции, поступившей 06.09.2023, заявитель привел практику рассмотрения возражений, где признание элемента обозначения неохранным

учитывалось как фактор, влияющий на отсутствие сходства такого обозначения с иными товарными знаками.

Дополнительно заявитель сократил перечень товаров и услуг, в отношении которых испрашивается регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака, а также сообщил об иных зарегистрированных на его имя товарных знаках:



«АЛТАЙФЕСТ» по свидетельству № 716618, «АЛТАЙСКИЕ ЛУГА» по свидетельству



№ 720469, «БЕЛОКУРИХА-2» по свидетельству № 763529, «



» по свидетельству



№ 624259, «

» по свидетельству № 778464, «

ФЕСТИВАЛЬ СИБИРСКИХ
НАПИТКОВ
БЕЛОКУРИХАФЕСТ
БЕЛФЕСТ

» по



свидетельству № 700186, «

» по свидетельству № 951522, «

БАРОН ФОН
ALBRECHT
BARON VON
ALBRECHT

» по



свидетельству № 615272, «ЗОЛОТОЙ АРХАР» по свидетельству № 698389, «



» по

свидетельству № 933184, «Канадские луга» по свидетельству № 663593, «



» по

свидетельству № 942080, «



» по свидетельству № 742789, «



» по



свидетельству № 256636, «





» по свидетельству № 702160, «Шотландские луга»

по свидетельству № 663594, «СИБИРСКИЕ ЛУГА» по свидетельству № 688598,



«» по свидетельству № 689303, «» по свидетельству



№ 695623, «» по свидетельству № 935798, «» по свидетельству № 951574.

Кроме того, заявителем представлены сведения о «Курорте Белокуриха» и повторно обращено внимание на практику выбора предпринимателями обозначений со словесными элементами «Алтай» / «Алтайский».

Таким образом, заявитель просит отменить решение Роспатента от 21.04.2023 и зарегистрировать в качестве товарного знака обозначение по заявке № 2022731741 для части заявленных товаров и услуг, а именно:

29 класс МКТУ – *«изделия из тофу порционные; омлеты; пулькоги; рататуй; сате; семена подсолнечника обработанные; соки овощные для приготовления пищи; сырники; тажин [блюдо на основе мяса, рыбы или овощей]; творог соевый; тофу; финики; якитори»;*

30 класс МКТУ – *«блюда лиофилизированные, в которых рис является основным ингредиентом; буррито; закуски легкие на основе риса; кукуруза поджаренная; маринады; пибимпаб [рис, смешанный с овощами и говядиной]; пицца; подливки мясные»;*

35 класс МКТУ – *«аренда площадей для размещения рекламы; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению персоналом; макетирование рекламы; маркетинг; написание рекламных текстов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация торговых ярмарок; оформление витрин; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение коммерческих мероприятий; продвижение*

товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; распространение рекламных материалов; реклама; реклама наружная; реклама телевизионная; управление гостиничным бизнесом; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж»;

37 класс МКТУ – «стирка; стирка белья; услуги прачечных; уход за бассейнами; чистка одежды»;

39 класс МКТУ – «аренда автобусов; аренда гаражей; бронирование билетов для путешествий; бронирование путешествий; бронирование транспортных средств; доставка товаров; организация перевозок по туристическим маршрутам; перевозка грузовым автотранспортом; перевозка путешественников; перевозки автобусные; перевозки автомобильные; перевозки пассажирские; прокат автомобилей; работы погрузочно-разгрузочные; работы разгрузочные»;

43 класс МКТУ – «агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; мотели; пансионаты; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; прокат палаток; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов; услуги по размещению в гостинице»;

44 класс МКТУ – «иглоукалывание; консультации по вопросам фармацевтики; массаж; помощь медицинская; советы по вопросам здоровья; советы по диете и питанию; терапия мануальная [хиропрактика]; услуги домов отдыха; услуги медицинских клиник; услуги санаториев; центры здоровья».

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 13.09.2023, к протоколу приобщены дополнительные источники информации, относящиеся к известности Алтайского края в качестве места производства продовольственных товаров, места оказания услуг, а также касающиеся однородности товаров (<https://upp.alregn.ru/pochitat/unikalnye-produkty-pitaniya-altayskogo-kрая-/index.php>, <http://invest.alregn.ru/o-regione/obshchaya-informatsiya/>, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Якитори>, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Пулькоги>, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Пулькоги>).

[wikipedia.org/wiki/Буффито](https://ru.wikipedia.org/wiki/Буффито), <https://ru.wikipedia.org/wiki/Тофу>, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Cate>, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сырники>, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Пататуй>).

С данными источниками заявитель был ознакомлен в режиме заседания в онлайн формате путем размещения материалов на официальном сайте с предоставлением заявителю доступа к этим материалам непосредственно в ходе заседания.

Ознакомившись с указанными источниками, заявитель ходатайствовал о дополнительном ограничении скорректированного 06.09.2023 перечня товаров и услуг, в отношении которого испрашивается регистрация заявленного обозначения, путем исключения из него всех товаров 29, 30 классов МКТУ и следующих услуг 35 класса МКТУ: *«организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж»*.

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

С учетом даты (18.05.2022) поступления заявки № 2022731741 правовая база для оценки охраноспособности 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572 (далее – Правила).

В соответствии с абзацем первым и подпунктом 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только

из элементов, 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.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса 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 частности, общепринятые наименования, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Согласно пункту 35 Правил, указанные в пункте 34 Правил элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы.

Согласно пункту 37 Правил, к обозначениям, являющимся ложными или способными ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя, 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 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.

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 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.

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.

Согласно пункту 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

звук, 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.

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).

Согласно пункту 47 Правил, 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.

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке № 2022731741 заявлено



АЛТАЙ КУРОРТ
ГРУППА КОМПАНИЙ

комбинированное обозначение «  », включающее графический элемент в виде комбинации четырех фантазийных фигур, заключенной в прямоугольную рамку, слова «АЛТАЙ КУРОРТ», выполненные под изобразительным элементом, и слова «ГРУППА КОМПАНИЙ», выполненные в нижней части обозначения белыми буквами на фоне темного прямоугольника. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в соответствии с представленной 13.09.2023 корректировкой требований в отношении следующих услуг:

35 – аренда площадей для размещения рекламы; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению персоналом; макетирование рекламы; маркетинг; написание рекламных текстов; организация подписки на газеты для третьих лиц; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; проведение коммерческих мероприятий; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; распространение рекламных материалов; реклама; реклама наружная; реклама телевизионная; управление гостиничным бизнесом;

37 – стирка; стирка белья; услуги прачечных; уход за бассейнами; чистка одежды;

39 – аренда автобусов; аренда гаражей; бронирование билетов для путешествий; бронирование путешествий; бронирование транспортных средств; доставка товаров; организация перевозок по туристическим маршрутам; перевозка грузовым автотранспортом; перевозка путешественников; перевозки автобусные; перевозки автомобильные; перевозки пассажирские; прокат автомобилей; работы погрузочно-разгрузочные; работы разгрузочные;

43 – агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; мотели; пансионаты; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; прокат палаток; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов; услуги по размещению в гостинице;

44 – иглоукалывание; консультации по вопросам фармацевтики; массаж; помощь медицинская; советы по вопросам здоровья; советы по диете и питанию; терапия мануальная [хиропрактика]; услуги домов отдыха; услуги медицинских клиник; услуги санаториев; центры здоровья.

В оспариваемом решении приведены мотивы несоответствия заявленного обозначения требованиям пунктов 1, 3, 6, 7 статьи 1483 Кодекса.

Анализ соответствия заявленного обозначения положениям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Входящие в состав заявленного обозначения слова «Алтай» и «Курорт» не образуют устойчивого словосочетания в силу их отсутствия в таком качестве в словарных источниках, в связи с чем анализируются по-отдельности.

Для оценки того, соответствует ли обозначение (элементы обозначения) требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса, необходимо учитывать его (их) смысловое содержание, а также те виды товаров / услуг, в отношении которых испрашивается предоставление ему правовой охраны.

Слово «Алтай» является названием горной страны в Азии, на территории России (Алтайский край, Республика Алтай), Монголии и Китая (см.

«Географические названия мира: Топонимический словарь» (Поспелов Е.М.), 2001 г. – https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_geo/445/Алтай/). Таким образом, в России Алтаем называют территорию, занимаемую Алтайским краем и Республикой Алтай.

Как следует из общедоступных сведений официального сайта Управления Алтайского края по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности и биотехнологиям (<https://upr.alregn.ru/pochitat/unikalnye-produkty-pitaniya-altayskogo-kraya-/index.php>), «Алтайский край – житница России, жемчужина Сибири. Алтайские продукты питания – это особая гордость. Мясные деликатесы, цельномолочная продукция, сыры, мед, продукты зернопереработки – этот список можно продолжать до бесконечности, все это производится в нашем регионе. Алтайские продукты известны не только в России, но и за ее пределами – натуральные и произведенные из экологически чистого сырья они отличаются своими функциональными особенностями и свойствами».

Кроме того, в регионе развиты образование, здравоохранение, социальные услуги (9,2 % в структуре валового регионального продукта), строительство и операции с недвижимым имуществом (14,7 % в структуре валового регионального продукта), оптовая и розничная торговля (12,6 % в структуре валового регионального продукта), транспортировка, хранение, профессиональная, административная, научная деятельность и др.

Регистрация заявленного обозначения испрашивается для услуг оздоровительных, административных, маркетинговых, логистических и туристических, а также социально-бытовых.

С учетом известности Алтайского края как места оказания обозначенных групп услуг, коллегия приходит к выводу о том, что слово «Алтай» заявленного обозначения способно восприниматься как указание на географический объект, в котором осуществляется оказание услуг испрашиваемого перечня.

Таким образом, заявленное обозначение включает в себя словесный элемент, относящийся к характеристике места нахождения заявителя / места оказания услуг, который на основании подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса является неохраняемым. Заявитель не оспаривает данный вывод.

«Курорт» – местность, обладающая природными лечебными средствами (минеральные воды, грязи, климат и др.) и необходимыми условиями для их применения (см. например, Большой Энциклопедический словарь, 2000 г. – <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/172410>).

Следовательно, элемент «Курорт» заявленного обозначения относится к определенному виду деятельности, поскольку называет освоенную и используемую в лечебно-профилактических целях особо охраняемую территорию, располагающую природными лечебными ресурсами и необходимыми для их эксплуатации зданиями и сооружениями, включая объекты инфраструктуры (см. статья 2 Федерального закона Российской Федерации от 23.02.2015 № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах»).

Заявитель в корреспонденции от 06.09.2023 сообщил о том, что осуществляет соответствующую деятельность на территории курорта федерального значения Белокуриха (Постановление Правительства Российской Федерации от 31.10.1999 № 1204), где планирует использовать заявленное обозначение.

Деятельность на курортах достаточно разнообразна, включает мероприятия по охране и рациональному использованию природных ресурсов, по управлению и экономическому регулированию в курортной сфере, имеет лечебно-профилактическую направленность, связана с оказанием услуг размещения, предоставления услуг питания, организации отдыха и развлечений, экскурсионных программ и иных услуг.

Испрашиваемые заявителем услуги 44 класса МКТУ, имеющие оздоровительную направленность, услуги 43 класса МКТУ, относящиеся к услугам предоставления мест для проживания, услуги 39 класса МКТУ, относящиеся к услугам путешествующим, а также услугам логистическим, услуги 37 класса МКТУ, являющиеся бытовыми услугами и услугами по уходу за бассейнами, а также услуги 35 класса МКТУ, связанные с рекламной и информационной деятельностью, с организацией гостиничного бизнеса и различных мероприятий, могут быть охарактеризованы понятием «Курорт» как местом оказания услуг и их назначением, что свидетельствует об описательности данного элемента.

При этом в отношении вывода оспариваемого решения о возможности введения в заблуждения потребителей относительно вида, свойств услуг (пункт 3 статьи 1483 Кодекса) следует отметить, что заявитель сократил испрашиваемый перечень товаров и услуг, исключив из него товары и услуги, для которых слово «Курорт» способно вызывать неверное и правдоподобное представление о виде и свойствах товаров и услуг.

Услуг, по отношению к которым слово «Курорт» может быть признано фантазийным, испрашиваемый заявителем перечень не содержит.

Таким образом, элемент «Курорт» заявленного обозначения относится к неохраняемым в отношении всех услуг сокращенного заявителем перечня.


Расположенные в нижней части заявленного обозначения слова «Группа компаний» имеют устойчивый характер в качестве словосочетания со значением «холдинговая компания и ее филиалы (дочерние компании)» (см., например, «Бизнес. Толковый словарь» (Грэхэм Бетс, Барри Брайндли, С. Уильямс и др., общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М.), 1998 г. – <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/14111>). Данный элемент характеризует заявителя, как следствие, не соответствует пункту 1 статьи 1483 Кодекса и относится к неохраняемым элементам товарного знака по отношению к любым услугам испрашиваемого перечня.

Следует отметить, что заявитель в своем возражении отметил, что не испрашивает правовую охрану словесных элементов «Алтай», «Курорт» и «Группа компаний» в составе заявленного обозначения, поскольку они являются описательными и не доминируют визуально.


При определении того, является ли неохраняемый элемент в заявленном обозначении доминирующим, следует оценивать его пространственное положение и принимать во внимание впечатление от зрительного (визуального) восприятия как этого элемента, так и всего обозначения в целом.

В рассматриваемом случае композиционное решение обозначения таково, что его восприятие начинается с крупного и визуально активного изобразительного



элемента «», в то время как слова «Алтай Курорт» и «Группа компаний» расположены в нижней части обозначения. Исследуемые слова не составляют с



элементом «» единой неразрывно связанной композиции, при этом с точки зрения занимаемого пространства они не доминируют. С учетом сказанного, коллегия соглашается с доводом заявителя о возможности включения этих элементов в состав товарного знака в качестве неохраняемых.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пунктов 6 и 7 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявитель полагает, что признание слов «Алтай Курорт» и «Группа компаний» неохраняемыми элементами позволяет снять любые противопоставления товарных знаков и наименований мест происхождения товаров в связи с тем, что сходство неохраняемых элементов во внимание не принимается.

В связи с указанным доводом коллегия обращает внимание заявителя на то, что в противопоставляемых средствах индивидуализации элементы, благодаря которым было установлено сходство, не отнесены к неохраняемым. Более того, такие объекты интеллектуальной собственности, как наименование мест происхождения и географическое указание, охраняются именно в сочетании с географическими названиями, что составляет особенность этих объектов, но не приводит к отсутствию охраноспособности какого-либо элемента такого обозначения. Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленные средства индивидуализации подлежат сравнительной оценке по признакам, установленным пунктами 41-44 Правил, с учетом указаний относительно однородности товаров, содержащихся в пунктах 45 и 47 Правил.

Довод заявителя о том, что пункт 7 статьи 1483 Кодекса относится только к товарам, представляется неверным, поскольку общие положения о товарных знаках

(статья 1477 Кодекса) устанавливают, что правила Кодекса о товарных знаках относятся и к знакам обслуживания.

Противопоставленное наименование места происхождения товара **«АЛТАЙСКИЙ МЁД»**, зарегистрированное за № 142, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана данного средства индивидуализации действует в отношении товара *«пчелиный мёд»* с указанием места происхождения товара Алтайский край.

Противопоставленное наименование места происхождения товара **«МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ»**, зарегистрированное за № 193, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана данного средства индивидуализации действует в отношении товара *«мёд»* с указанием места происхождения товара Республика Алтай.

Противопоставленное наименование места происхождения товаров **«ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ»**, зарегистрированное за № 217, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана данного средства индивидуализации действует в отношении товара *«марал»* с указанием места происхождения товаров Республика Алтай.

Фонетическое сходство заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товаров **«АЛТАЙСКИЙ МЁД»**, **«МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ»**, **«ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ»** обусловлено фонетическим сходством входящих в их состав слов «АЛТАЙ» / «АЛТАЙСКИЙ» / «АЛТАЯ». В то же время, каждое из сравниваемых обозначений содержит и иные элементы, произношение которых не совпадает.

С точки зрения смыслового признака, слова «Алтай», «Курорт» и «Группа компаний» заявленного обозначения порождают в сознании потребителя образ курорта (места отдыха), расположенного на территории Алтая. Изобразительный элемент заявленного обозначения не меняет смыслового восприятия обозначения, сформированного благодаря словесным элементам. В свою очередь, обозначения **«АЛТАЙСКИЙ МЁД»**, **«МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ»**, **«ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ»** представляют собой словосочетания, которые содержат указание на товары *«мёд»*

(сладкое сиропообразное вещество, вырабатываемое медоносной пчелой из нектара растений, см. Большой Энциклопедический словарь, <http://dic/academic.ru>) и «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>), а также места их происхождения как отличительный признак таких товаров, обуславливающий их особые свойства. Следовательно, словесные элементы сопоставляемых средств индивидуализации формируют различные смысловые ассоциации, что свидетельствует об их семантическом несходстве. При этом смысловой критерий, в отличие от остальных, может выступать в качестве определяющего.

С точки зрения графического критерия сходства, имеет место совпадение в сравниваемых обозначениях ряда букв, расположенных в одинаковом порядке («АЛТАЙ» / «АЛТА»), при этом следует обратить внимание на доминирующий изобразительный элемент заявленного обозначения, который акцентирует на себе внимание потребителей. Коллегия полагает, что визуальный критерий следует признать второстепенным, поскольку противопоставленные объекты лишены каких бы то ни было графических особенностей.

С учетом вышеизложенного анализа, семантическое несходство заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товаров «АЛТАЙСКИЙ МЁД», «МЁД ГОРНОГО АЛТАЯ», «ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ», а также некоторые фонетические и визуальные различия в своей совокупности обуславливают вывод об отсутствии ассоциирования сопоставляемых средств индивидуализации друг с другом в целом.

Противопоставленное географическое указание «**КАЗЫ ГОРНОГО АЛТАЯ**», зарегистрированное за № 264, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана данного средства индивидуализации действует в отношении товара «казы» с указанием места происхождения товаров Республика Алтай.

Фонетическое сходство заявленного обозначения и противопоставленного географического указания **«КАЗЫ ГОРНОГО АЛТАЯ»** обусловлено фонетическим сходством входящих в их состав слов «АЛТАЙ» / «АЛТАЯ». В то же время, каждое из сравниваемых обозначений содержит и иные элементы, произношение которых не совпадает.

С точки зрения смыслового признака, слова «Алтай», «Курорт» и «Группа компаний» заявленного обозначения порождают в сознании потребителя образ курорта (места отдыха), расположенного на территории Алтая. Изобразительный элемент заявленного обозначения не меняет смыслового восприятия обозначения, сформированного благодаря словесным элементам. В свою очередь, обозначение **«КАЗЫ ГОРНОГО АЛТАЯ»** представляет собой словосочетание, которое содержит указание на товар «казы» (колбаса из конины у народов Средней Азии и Поволжья, см. Народы и религии мира. – М.: Большая Российская энциклопедия. В.А. Тишков. Редкол.: О.Ю. Артемова, С.А. Арутюнов, А.Н. Кожановский, В.М. Макаревич (зам. гл. ред.), В.А. Попов, П.И. Пучков (зам. гл. ред.), Г.Ю. Ситнянский. 1998 (https://peoples_religion.academic.ru/901/казы), а также место происхождения указанного продукта. Следовательно, словесные элементы сопоставляемых средств индивидуализации формируют различные смысловые ассоциации, что свидетельствует об их семантическом несходстве. При этом смысловой критерий, в отличие от остальных, может выступать в качестве определяющего.

С точки зрения графического критерия сходства, имеет место совпадение в сравниваемых обозначениях ряда букв, расположенных в одинаковом порядке («АЛТА»), при этом следует обратить внимание на доминирующий изобразительный элемент заявленного обозначения, который акцентирует на себе внимание потребителей. Коллегия полагает, что визуальный критерий следует признать второстепенным, поскольку противопоставленный объект лишен каких бы то ни было графических особенностей.

С учетом вышеизложенного анализа семантическое несходство заявленного обозначения и противопоставленного географического указания **«КАЗЫ ГОРНОГО АЛТАЯ»**, а также некоторые фонетические и визуальные различия в своей

совокупности обуславливают вывод об отсутствии ассоциирования сопоставляемых средств индивидуализации друг с другом в целом.


Ввиду того, что однородность товаров при сравнении заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товаров и географического указания не проводится на основании пункта 47 Правил, вывод об отсутствии сходства названных средств индивидуализации является достаточным для признания отсутствия вероятности их смешения и, как следствие, о соответствии заявленного обозначения пункту 7 статьи 1483 Кодекса.



АЛТАЙ КУРОРТ
ГРУППА КОМПАНИЙ

При сопоставлении заявленного обозначения «  » и товарных



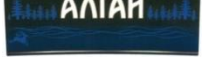
знаков «  » по международной регистрации № 614388А, « **ALTAI** » по

свидетельству № 212165, « **АЛТАИ** » по свидетельству № 185114, « **АЛТАЙ** »


по свидетельству № 210466, «  » по свидетельству № 212167, «  »

по свидетельству № 210796, « **ALTAI** » по свидетельству № 279364, «  » по

свидетельству № 449413, «  » по свидетельству № 449473, «  » по

свидетельству № 449414, «  » по свидетельству № 604804, « **АЛТАЙ** »

по свидетельству № 716756, «  » по свидетельству № 185189, «  » по

свидетельству № 257201, «АЛТАЙ» по свидетельству № 632425, «ALTAI» по свидетельству № 653164, «АЛТАЙ» по свидетельству № 653165, «АЛТАЙ ALTAI» по свидетельству № 619470, «АЛТАЙ» по свидетельству № 570467, «» по свидетельству № 714308, обозначения «АЛТАЙ» по заявке № 2021766374 по признакам, установленным пунктами 41-44 Правил, коллегией установлено следующее.

Заявленное обозначение включает слово «АЛТАЙ», тождественное фонетически и семантически основным / единственным доминирующим элементам противопоставленных товарных знаков. 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 обозначения. Наличие в сравниваемых обозначениях тождественного словесного элемента свидетельствует о том, что определенная степень сходства имеется. Справедливость соответствующего подхода подтверждена Постановлениями Президиума Суда по интеллектуальным правам 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.

Противопоставленные товарные знаки не содержат каких-либо иных слов, грамматически и по смыслу связанных со словом «АЛТАЙ» / «ALTAI» / «ALTAУ», которые бы меняли смысловое содержание названного доминирующего элемента.


Некоторые визуальные особенности заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков и обозначения не приводят к возможности признания их несходными в целом ввиду превалирования смыслового и фонетического признаков.

Резюмируя изложенное, противопоставление вышеуказанных товарных знаков и обозначения коллегия признает правомерным.

Вместе с тем противопоставление товарных знаков по международной регистрации № 614388А, по свидетельствам №№ 212165, 185114, 210466, 212167, 210796, 279364, 449413, 449473, 449414, 604804, 716756, 185189, 257201, 632425, 653164, 653165, 619470, 570467, 714308 и обозначения по заявке № 2021766374 может быть снято ввиду значительного сокращения заявителем перечня товаров и




АЛТАЙ КУРОРТ
ГРУППА КОМПАНИЙ


услуг, для которых испрашивается регистрация товарного знака «  », которое привело к отсутствию однородности сопоставляемых товаров и услуг.

Так, однородность товаров устанавливается исходя из принципиальной возможности возникновения у обычного потребителя соответствующего товара представления о принадлежности этих товаров одному производителю. При этом учитывается род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей, взаимодополняемость или взаимозаменяемость и другие обстоятельства.






Противопоставленные товарные знаки «  » по международной регистрации № 614388А, « **ALTAI** » по свидетельству № 212165, « **АЛТАИ** » по свидетельству № 185114, « **АЛТАЙ** » по свидетельству

№ 210466, «  » по свидетельству № 212167, «  » по

свидетельству № 210796, « **ALTAI** » по свидетельству № 279364, «  » по





свидетельству № 449413, «  » по свидетельству № 449473, «  » по свидетельству № 449414, «  » по свидетельству № 604804, зарегистрированные на имя ООО «Алтай Холдинг», охраняются в отношении товаров 16, 21, 25, 32 и 33 классов МКТУ, представляющих собой бумагу, картон и изделия из них, печатную продукцию, материалы для переплетных работ, фотоснимки, писчебумажные товары, клейкие вещества для канцелярских и бытовых целей, принадлежности для художников, кисти, пишущие машины и конторские принадлежности (за исключением мебели), учебные материалы и наглядные пособия (за исключением аппаратуры), пластмассовые материалы для упаковки, игральные карты, шрифты, клише типографские, домашнюю, кухонную утварь, посуду, расчески, губки, щетки, материалы для щеточных изделий, устройства и приспособления для чистки и уборки, металлические скребки для полов (стальная стружка), необработанное или частично обработанное стекло (за исключением строительного стекла), изделия из стекла, фарфора, фаянса, одежду, обувь, головные уборы, воду, безалкогольные напитки, алкогольную продукцию (включая пиво). В свою очередь, регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении услуг 35, 37, 39, 43 и 44 классов МКТУ, которые не связаны с созданием или продажей названных товаров, так как услуги по рекламе, имеющиеся в заявленном перечне без уточнения товаров, могут быть связаны с любыми товарами, вследствие чего они не могут быть признаны однородными конкретному товару. Аналогичная позиция приведена, в частности, в Постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам от 26.07.2022 по делу № СИП-1061/2021. Таким образом, у сопоставляемых перечней отсутствуют признаки однородности, которые могли бы способствовать возможности возникновения у обычного потребителя представления о принадлежности сравниваемых товаров и услуг одному изготовителю.

Отсутствие однородности свидетельствует о невозможности вывода о наличии вероятности смешения заявленного обозначения и товарных знаков ООО «Алтай Холдинг».

Правовая охрана товарного знака «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 716756 действует в отношении услуг 42 класса МКТУ «*обеспечение пищевыми продуктами и напитками; рестораны, бары; реализация товаров*».

Реализацией товаров признается передача на возмездной права собственности на товары одним лицом для другого лица. Назначением таких услуг является продажа товаров любых производителей, вида и ассортимента. Лицами, оказывающими данную услугу, являются торговые предприятия (магазины), в определенных случаях имеющие специальное разрешение (лицензию) на торговую деятельность в целом или продажу отдельных видов товаров. Потребителями данного вида услуги являются все покупатели, заходящие в магазин для покупок.

Услуги «*обеспечение пищевыми продуктами и напитками; рестораны, бары*» относятся к услугам общественного питания, то есть деятельности по изготовлению продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров как на месте изготовления, так и вне его по заказам (см. п. 31 ГОСТ 30389-2013). Оказание услуг общественного питания осуществляется предприятиями питания (кафе, бары, рестораны, буфеты и т.п.), а адресатами услуг являются любые потребители, заходящие в предприятие питания для покупки и / или потребления их продукции.


В свою очередь, испрашиваемые заявителем услуги 35 класса МКТУ (*аренда площадей для размещения рекламы; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению персоналом; макетирование рекламы; маркетинг; написание рекламных текстов; организация подписки на газеты для третьих лиц; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; проведение коммерческих мероприятий; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; распространение рекламных материалов; реклама; реклама*

наружная; реклама телевизионная; управление гостиничным бизнесом) относятся к бизнес-услугам, услугам информационным, а также услугам маркетинговых и рекламных агентств. Названная деятельность не связана с реализацией товаров, как следствие, сопоставляемые услуги отличаются назначением, условиями оказания, кругом потребителей. Аналогичный вывод сделан, в частности, при оценке однородности услуг «реализация товаров» и «реклама» при рассмотрении Судом по интеллектуальным правам дела № СИП-343/2017.

Испрашиваемые услуги 43 класса МКТУ (агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионы]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; мотели; пансионы; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; прокат палаток; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов; услуги по размещению в гостинице) являются услугами по предоставлению мест проживания, как следствие, они также характеризуются иными родовой принадлежностью, видом, назначением и условиями оказания в сравнении с услугами противопоставленной регистрации № 716756.

В связи с указанным сокращение заявителем требований до услуг, которые не являются однородными услугам противопоставленного товарного знака по свидетельству № 716756, позволяет сделать вывод об отсутствии вероятности смешения заявленного обозначения и указанного товарного знака в отношении всех услуг сокращенного перечня.



Противопоставленные товарные знаки «» по свидетельству № 185189,




«» по свидетельству № 257201, «**АЛТАЙ**» по свидетельству № 632425,

«**ALTAI**» по свидетельству № 653164, «**АЛТАЙ**» по свидетельству

№ 653165, «**АЛТАЙ ALTAI**» по свидетельству № 619470, «**АЛТАЙ**» по



свидетельству № 570467, «» по свидетельству № 714308, зарегистрированные на имя иных лиц (ООО «Кондитерская фирма «Алтай», индивидуальный предприниматель Степанов В.А., ЗАО «Фармацевтическое предприятие «МЕЛИГЕН», ООО «Терминал-Барнаул»), охраняются в отношении продуктов питания (мяса, рыбы, птицы и дичи, мясных экстрактов, овощей и фруктов консервированных, сушеных и подвергнутых тепловой обработке, желе, варенья, компотов, яиц, молока и молочных продуктов, масел и жиров пищевых, ветчины, желе мясного, изделий колбасных, колбасы кровяной, консервов мясных, овощных, рыбных, фруктовых, лука консервированного, мяса консервированного, оладий картофельных, паштетов из печени, печени, птицы домашней неживой, салатов овощных, сала, свинины, сосисок, сосисок в сухарях, субпродуктов, супов, супов овощных, фруктов замороженных, блюд на основе лапши, вареников, лапши, макарон,пельменей, равиоли, спагетти, сэндвичей, цзяоцзы, чизбургеров, кофе, чая, какао, сахара, риса, заменителей кофе, муки и зерновых продуктов, хлебобулочных изделий, кондитерских изделий, мороженого, меда, сиропа из патоки, дрожжей, пекарных порошков, соли, горчицы, уксуса (приправы), пряностей, пищевого льда, вафель, печенья, карамели, конфет, тортов, мучных изделий, бальзамов для медицинских целей, добавок минеральных пищевых, добавок пищевых, добавок пищевых белковых, добавок пищевых для животных, добавок пищевых дрожжевых, добавок пищевых из альгината, добавок пищевых из глюкозы, добавок пищевых из казеина, добавок пищевых из лецитина, добавок пищевых из масла льняного семени, добавок пищевых из прополиса, добавок пищевых из протеина, добавок пищевых из протеина для животных, добавок пищевых из пчелиного маточного молочка, добавок пищевых из пыльцы растений, добавок пищевых из ростков пшеницы, добавок пищевых из семян льна, добавок пищевых ферментных, жира рыбьего, микстур, микстур (а именно, от кашля), настоев лекарственных, настоек для медицинских целей, препаратов бальзамических для медицинских целей, препаратов фармацевтических, препаратов для расширения бронхов, сбора чайного противоастматического, средств тонизирующих [лекарственных препаратов],

таблеток от кашля, трав лекарственных, чаев травяных для медицинских целей, эликсиров [фармацевтических препаратов]), а также различного инструмента, режущих орудий и сопутствующих изделий (алмазы для резки стекла, бритвы электрические и неэлектрические, грабли для ухода за гольф-дорожками, державки, используемые при резании, держатели оселков, иглы гравировальные, изделия ножевые, ковши для вина, лезвия бритвенные, лезвия для калевки, лопатки [садоводство], мечи, несесеры для бритвенных принадлежностей, ножи для нарезания сыра неэлектрические, ножи для нарезания яиц неэлектрические, ножи для пиццы неэлектрические, ножи для снятия чешуи, ножи калевочные, ножи консервные неэлектрические, ножи копытные, ножи окулировочные, ножи охотничьи, ножницы слесарные, ножницы для резки плотных материалов, ножны для холодного оружия, оружие холодное, пилочки для ногтей электрические, пистолеты ручные для выдавливания мастик, пробойники, пробойники для выбивания шпунтов, утюги, футляры для бритв, шинковки [ножи], шпаги, щипцы). В свою очередь, регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении услуг 35, 37, 39, 43 и 44 классов МКТУ, которые не связаны с созданием / изготовлением или продвижением названных товаров. В частности, услуги по рекламе, приведенные в испрашиваемом перечне без уточнения товаров, не могут быть признаны однородными конкретному товару. Аналогичная позиция приведена, в частности, в Постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам от 26.07.2022 по делу № СИП-1061/2021. Таким образом, у сопоставляемых перечней отсутствуют признаки однородности, которые могли бы способствовать возможности возникновения у обычного потребителя представления о принадлежности этих товаров и услуг одному изготовителю. С учетом сказанного, оснований для вывода о наличии вероятности смешения заявленного обозначения и товарных знаков по свидетельствам №№ 185189, 257201, 632425, 653164, 653165, 619470, 570467, 714308 у коллегии нет.

В отношении противопоставленной заявки № 2021766374, по которой испрашивается регистрация обозначения «АЛТАЙ», на дату рассмотрения

возражения делопроизводство не завершено. Вместе с тем заявка ООО «Бочкаревский пивоваренный завод» подана в отношении товаров *«воды [напитки]; вода литиевая; воды газированные; воды минеральные [напитки]; вода сельтерская; вода содовая; воды столовые; безалкогольные напитки; фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления безалкогольных напитков; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки изотонические; соки овощные [напитки]; составы для изготовления минеральной воды»* 32 класса МКТУ, в то время как регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении услуг 35, 37, 39, 43 и 44 классов МКТУ, которые не связаны с добычей, производством или продажей названных товаров. В частности, заявленный перечень 39 класса МКТУ не содержит услуг по бутилированию воды, а услуги рекламы 35 класса МКТУ не конкретизированы каким-либо видом товара, указанного в перечне противопоставленной заявки. Таким образом, отсутствие однородности сравниваемых товаров и услуг приводит к заключению об отсутствии вероятности смешения сравниваемых обозначений.

С учетом всего вышесказанного сокращение заявителем испрашиваемого перечня товаров и услуг позволило снять имеющиеся противопоставления товарных знаков и обозначения, поскольку для услуг 35, 37, 39, 43 и 44 классов МКТУ сокращенного перечня заявленное обозначение соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Что касается доводов заявителя о различных товарных знаках и судебных спорах, то они не относятся к рассматриваемому обозначению. Каждое обозначение индивидуально, в связи с чем анализ осуществляется применительно к заявленному обозначению, а не в отношении сложившейся в связи с регистрациями иных товарных знаков ситуации. Ссылка заявителя на иные товарные знаки, зарегистрированные на его имя, также не может быть признана убедительной, поскольку заявленное обозначение не является вариантом какого-либо из указанных товарных знаков.

Таким образом, противопоставление товарных знаков и обозначения преодолено заявителем путем отказа от большинства товаров и услуг, а

противопоставление наименований мест происхождения товаров и географического указания снято в связи с отсутствием сходства с ними заявленного обозначения, следовательно, обозначение по заявке № 2022731741 может быть зарегистрировано в качестве товарного знака с указанием слов «Алтай Курорт» и «Группа компаний» в качестве неохраняемых в отношении услуг 35, 37, 39, 43 и 44 классов МКТУ в редакции, соответствующей ходатайству заявителя от 13.09.2023.

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

удовлетворить возражение, поступившее 21.06.2023, отменить решение Роспатента от 21.04.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2022731741.