

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления**

Коллегия в порядке, установленном четвертой частью Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 г. № 644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25 августа 2020 г. № 59454, вступившими в силу 06.09.2020, рассмотрела возражение, поступившее 16.03.2022, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Пивоваренный завод «Сибирская Легенда», г.Новосибирск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2020730440, при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение « **HopfenBerg** » по заявке № 2020730440 подано 15.06.2020 на регистрацию товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 32 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2020730440 было принято 22.11.2021 на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в соответствии с положениями пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Указанное мотивировано тем, что заявленное обозначение включает словесный элемент «HopfenBerg», который воспроизводит обозначение однородной продукции, выпускаемой ООО «Сибирский пивоваренный завод» (Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка, регистрационный номер 02-00066649; ДЕКЛАРАЦИЯ СООТВЕТСТВИЯ ЕАЭС N RU Д-RU.ПС01.В.00417/19).

В связи с указанным заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) в отношении заявленных товаров 32 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ на основании пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса, как способное ввести в заблуждение относительно изготовителя товаров (лица, оказывающего услуги).

Также словесный элемент «HopfenBerg» воспроизводит название лесистого холма, расположенного рядом с городом Вальтерсхаузен в Германии, в связи с чем указанный элемент способен ввести потребителей в заблуждение относительно природного происхождения в границах указанного географического объекта части товаров 32 класса МКТУ, «вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые».

В соответствии с пунктом 3(1) статьи 1483 Кодекса заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для этих товаров.

В подтверждение указанных доводов в заключении по результатам экспертизы приведены следующие ссылки:

<https://fsrar.gov.ru/frap>;

<https://xn----7sbajahheyaepn1ca0aveqcb0fxl.xn--p1acf/eaes-n-ru-d-rups01v0041719>;

[https://en.wikipedia.org/wiki/Hopfenberg\\_\(Waltershausen\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Hopfenberg_(Waltershausen));

<https://www.google.ru/maps/place/50%C2%B052'40.0%22N+10%C2%B027'37.0%22E/@50.8796895,10.4551712,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d50.8777778!4d10.4602778?hl=ru>).

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 16.03.2022, выражено несогласие с решением Роспатента.

Доводы возражения сводятся к тому, что решение о введении потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров вынесено при отсутствии

доказательств возникновения у потребителей устойчивой ассоциативной связи между заявленным обозначением и компанией ООО «Сибирский пивоваренный завод», без учета того, что заявитель использовал заявленное обозначение до даты приоритета, а также без учета отсутствия однородности товаров 32 и 35 классов МКТУ.

В возражении отмечено следующее:

- сами по себе факты размещения отдельными лицами в открытом доступе на сайтах в сети Интернет материалов, посвященных каким-либо товарам, не доказывает возникновение у среднего российского потребителя ассоциации определенного обозначения с конкретным производителем;

- декларация о соответствии в отношении пива, на которую ссылается экспертиза, является разрешительным документом, который не подтверждает реализацию товара, в связи с чем она не может свидетельствовать о наличии товара на рынке, о доведении сведений о данном товаре до потребителей и об известности товара под обозначением HopfenBerg или его производителе;

- из уведомления о начале оборота продукции под обозначением «Хопфенберг», которое было направлено ООО «Сибирский пивоваренный завод» в Федеральную службу по регулированию алкогольного рынка, следует, что первая поставка состоится 15 июня 2020 года, то есть до даты приоритета заявленного обозначения потребители не были знакомы с продукцией ООО «Сибирский пивоваренный завод»;

- материалы, на которых основан отказ в регистрации товарного знака, не свидетельствуют об активной хозяйственной деятельности ООО «Сибирский пивоваренный завод» на территории Российской Федерации и о насыщенности Интернет-пространства такой информацией, что не позволяет сделать вывод о об объемах реализации, длительности и территории распространения товаров под обозначением «HopfenBerg» и осведомленности среднего российского потребителя о данных товарах;

- из сервисов GoogleTrends и Яндекс Wordstat следует, что российские потребители практически не проводят поиск по слову «HopfenBerg», в связи с чем единичные упоминания в сети Интернет сведений о сертификатах соответствия ООО

«Сибирский пивоваренный завод» не свидетельствует о какой-либо известности пива «HopfenBerg», которое, по мнению экспертизы, вводится в гражданский оборот компанией ООО «Сибирский пивоваренный завод»;

- до даты подачи заявки на регистрацию товарного знака заявитель начал использовать заявленное обозначение, в связи с чем нет оснований полагать, что у потребителя обозначение «HopfenBerg» будет ассоциироваться с компанией ООО «Сибирский пивоваренный завод»;

- ООО «Сибирский пивоваренный завод» занимается производством пива, данная деятельность охватывается 32 классом МКТУ, при этом производитель товаров осуществляет изготовление продукции и не может быть конкурентом на рынке ритейлеров, которые сами товаров не производят, однако экспертизой было отказано в регистрации заявленного обозначения не только в отношении товаров 32 класса МКТУ, связанных с пивом, но и в отношении услуг 35 класса МКТУ;

- отсутствие сведений о холме «HopfenBerg», ориентированных на российских потребителей, позволяет считать данный холм практически неизвестным рядовому российскому потребителю в качестве географического объекта, в силу чего название «HopfenBerg» не может вызвать у потребителя соответствующие ассоциации;

- поскольку российским рядовым потребителям практически недоступны сведения о «HopfenBerg» как о холме в Германии и поскольку данный холм не славится как источник каких-либо природных ресурсов, для рядового потребителя такое словесное обозначение не способно вызывать ассоциативных связей с местом производства товаров, нахождением производителя, а следовательно, не способно и ввести потребителей в заблуждение;

- словесный элемент «HopfenBerg» является полисемичным и может вызвать в сознании потребителей различные ассоциации и образы, поскольку слова «Hopfen» и «Berg» выделены графически и могут восприниматься потребителями как два самостоятельных слова: «Hopfen» (хмельная) и «Berg» (гора), вызывая ассоциации с некой хмельной горой;

- раздельное восприятие согласуется с тем, что заявитель использует серию обозначений, включающих слово «Hopfen»;



- при оценке фантазийного характера заявленного обозначения необходимо учитывать, что, помимо указанного экспертизой названия конкретного холма, существуют также следующие немецкие холмы с названием «Hopfenberg» в слитном написании: Hopfenberg – недалеко от Шварценфельса (Sinntal), Майн-Кинциг-Крайс, Гессен; Hopfenberg – холм в Геттингенском лесу, Южная Нижняя Саксония, Германия;

- выявление нескольких значений слова «HopfenBerg» не позволяет однозначно утверждать, что обозначение ассоциируется с конкретным географическим объектом, что в дополнение к неизвестности российским потребителям противопоставленного экспертизой холма свидетельствует о невозможности введения потребителей в заблуждение относительно местонахождения производителя товаров.

В подтверждение своей позиции заявитель приводит ссылки на правоприменительную практику Роспатента по регистрации подобных товарных знаков, а также на судебные акты, на Информационную справку от 05.04.2017 № СП-23/10, подготовленную по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Гражданского кодекса

Российской Федерации, и на Обзор практики Суда по интеллектуальным правам по вопросам, связанным с использованием географических названий при регистрации товарных знаков от 12.09.2019 №СП-21/31.

Заявитель просит учесть правовые подходы, изложенные в возражении, и принять решение о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг.

К возражению приложены следующие материалы:

- выписка из финансовых документов компании ООО «Сибирский пивоваренный завод»;
- распечатки из поисковых сетей по поисковому запросу «HopfenBerg»;
- распечатки, подтверждающие использование заявленного обозначения до даты его подачи на регистрацию товарного знака;
- распечатки из словарно-справочных изданий в отношении словесного элемента «HopfenBerg».

В дополнение к ранее представленным материалам возражения заявитель ходатайствовал о приобщении документов, подтверждающих использование заявленного обозначения ранее даты подачи заявки на товарный знак:

- договор поставки №7 от 26.05.2020 между ООО «Пивоваренный завод «Сибирская Легенда» и ООО Торговый дом «Хофен Берг» и товарные накладные к нему.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия считает доводы возражения убедительными.

С учетом даты (15.06.2020) поступления заявки №2020730440 на регистрацию товарного знака, правовая база для оценки его охраноспособности 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 Минэкономразвития России от 20 июля 2015 года №482 и введенные в действие 31 августа 2015г. (далее — Правила).

В соответствии с пунктом 3(1) 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.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1493 Кодекса после публикации сведений о заявке до принятия решения о государственной регистрации товарного знака любое лицо вправе представить в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности обращение в письменной форме, содержащее доводы о несоответствии заявленного обозначения, в частности, требованиям статьи 1483 настоящего Кодекса. В соответствии с пунктом 1 статьи 1499 Кодекса, в случае поступления такого обращения, содержащиеся в нем доводы учитываются при проведении экспертизы заявленного обозначения.

В качестве товарного знака, как указано выше, заявлено комбинированное



обозначение « **HopfenBerg** ».

Согласно описанию, приведенному в заявке, заявленное обозначение включает словесный элемент «HopfenBerg», выполненный коричневым цветом латинскими

буквами оригинальным шрифтом. Выше расположен графический элемент в виде герба коричневого и белого цветов, обрамленного по бокам стилизованным изображением растений зеленого цвета, а сверху изображение растений зеленого и короны коричневого цветов. Внутри герб разделен на четыре части коричневого и светло-коричневатого цветов, где каждая часть включает в себя изображение: латинской буквы «Н» коричневого и белого цветов, гор коричневого и белого цветов, шишек хмеля коричневого и белого цветов, латинской буквы «В» коричневого и белого цветов.

Правовая охрана товарного знака испрашивается в коричневом, белом, светло-коричневом, зеленом цветовом сочетании в отношении следующего перечня товаров и услуг:

32 - аперитивы безалкогольные; вино ячменное [пиво]; вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас; коктейли безалкогольные; коктейли на основе пива; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; порошки для изготовления газированных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; составы для приготовления безалкогольных напитков; составы для производства газированной воды; сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; таблетки для изготовления газированных напитков; шенди; шербет [напиток]; экстракты фруктовые безалкогольные; экстракты хмелевые для изготовления пива; эссенции безалкогольные для приготовления напитков.

35 - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; оптовая и розничная торговля; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для

скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая.

Вывод об опасности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товара при регистрации заявленного обозначения на имя заявителя был

обоснован ссылками на сведения из сети Интернет, содержащими информацию о продукции, выпускаемой ООО «Сибирский пивоваренный завод», а также обращением ООО «Сибирский пивоваренный завод», которое было направлено в Роспатент в период проведения государственной экспертизы заявленного обозначения.

Из материалов, представленных лицом, подавшим обращение, следует, что оно получило право производить и продавать пиво «Hopfenberg (Хопфенберг)» в соответствии с уведомлением о регистрации в Федеральном реестре алкогольной продукции (№63 от 09.06.2020).

К обращению была приложена копия декларации о соответствии ЕАЭС от 23.12.2019 №RU Д- RU.ПC01.B.00417/19.

Сам по себе факт использования обозначения до даты подачи заявки на товарный знак иным производителем не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товара.

Для вывода о возможности введения потребителей в заблуждение через ассоциацию с иным производителем товара, основанную на предшествующем опыте, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение и сохранение у потребителей стойкой ассоциативной связи между самим товаром, маркированным соответствующим обозначением, и его предшествующим производителем.

Вместе с тем, анализ ссылок, приведенных в заключении по результатам экспертизы, показал, что они не могут достоверно свидетельствовать о том, что российский потребитель на дату подачи (15.06.2020) заявки №2020730440 на регистрацию товарного знака был осведомлен о таком товаре как пиво «Hopfenberg», производителем которого является иное лица, а именно ООО «Сибирский пивоваренный завод».

Коллегия полагает убедительным довод заявителя о том, что «...декларация о соответствии товара является разрешительным документом, получение которого является подготовкой к производству товаров, а не подтверждением фактического ввода товаров в гражданский оборот под указанными в декларации обозначениями. В связи с тем, что декларация о соответствии является разрешительным документом, который не подтверждает реализацию товара, она не может свидетельствовать о

наличии товара на рынке, о доведении сведений о данном товаре до потребителей и об известности товара под обозначением «HopfenBerg» или его производителе».

Учитывая, что ООО «Сибирский пивоваренный завод» получило право на производство продукции (пива), маркированной сходным обозначением «Hopfenberg» (Хопфенберг) только 09.06.2020, т.е. за несколько дней до подачи заявки №2020730440 на регистрацию товарного знака, а также в отсутствие каких-либо достоверных сведений об объемах производства пива, маркированного обозначением «Hopfenberg», о начале, длительности производства этой продукции и территории реализации, коллегия не может сделать обоснованный вывод о том, что в сознании потребителя на дату подачи заявки (15.06.2020) возникла и сохранилась устойчивая ассоциативная связь между заявленным обозначением и производителем товаров 32 класса МКТУ (пива) в лице ООО «Сибирский пивоваренный завод».

В свою очередь заявитель представил документы, из которых следует, что на дату подачи заявки на товарный знак им уже производилась продукция, маркированная заявленным обозначением, о чем свидетельствуют представленные заявителем материалы (договор поставки от 26.05.2020 и товаросопроводительная документация к нему).

Таким образом, довод о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя заявленных товаров (пива) и связанных с этими товарами услуг, нельзя признать обоснованным.

Кроме того, препятствием для регистрации заявленного обозначения в отношении части товаров 32 класса МКТУ (вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые), согласно заключению по результатам экспертизы, является то, что словесный элемент «HopfenBerg» воспроизводит название лесистого холма, расположенного рядом с городом Вальтерсхаузен в Германии, в связи с чем заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно природного происхождения этих товаров.

Следует отметить, что информация о названии природного холма также содержится в обращении ООО «Сибирский пивоваренный завод», при этом в качестве подтверждения этой информации представлены 2 ссылки на англоязычные сайты.

Дословный перевод словосочетания «Hopfen Berg» с немецкого языка – Хмельная гора (Hopfen – хмельная, Berg – гора).

Согласно информации из сети Интернет географические объекты с таким названием, в том числе, поселения, горы и возвышенности, встречаются Западной Европе (<https://en.wikipedia.org/wiki/Hopfenberg>), однако информация о них представлена в англоязычном сегменте сети Интернет и малодоступна среднему российскому потребителю (Hopfenberg – недалеко от Шварценфельса (Sinntal), Майн-Кинциг-Крайс, Гессен; Hopfenberg – холм в Геттингенском лесу, Южная Нижняя Саксония, Германия, а также представляет собой названия ряда географических регионов в Австрии и Польше).

Вместе с тем, упоминание географического названия в источниках информации само по себе не свидетельствует о его известности адресной группе потребителей и о наличии у потребителя ассоциативной связи между соответствующим обозначением и географическим названием, поскольку потребитель может воспринять географическое название в качестве места нахождения изготовителя товара или его происхождения только в том случае, если такое географическое название обладает определенной степенью известности, в силу чего может вызвать у него соответствующие ассоциативные связи.

При отсутствии информации, которая может быть доступна обычному потребителю, малоизвестное географическое обозначение не способно вызывать ассоциативные связи с местом производства товаров, нахождением производителя, а следовательно, не способно и ввести потребителей в заблуждение в отношении товара или его изготовителя.

Отсутствие сведений о «HopfenBerg» как географическом объекте в русскоязычных источниках информации (в справочниках, словарях и т.п.), в том числе как природного источника воды, позволяет отнести его к малоизвестным географическим объектам, соответственно, у среднего российского потребителя не могут возникнуть какие-либо ассоциативные связи между этим обозначением и конкретными товарами, маркированными этим обозначением, что определяет вывод о том, что отсутствуют обоснованные и объективные данные, свидетельствующие о способности заявленного обозначения вводить российского потребителя в

заблуждение как относительно производителя товаров 32 и услуг 35 классов МКТУ, так и места природного происхождения части заявленных товаров 32 класса.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 16.03.2022, отменить решение Роспатента от 22.11.2021 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2020730440.**