

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утверждёнными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 17.10.2022, поданное Индивидуальным предпринимателем Савиновым Владимиром Вениаминовичем, г. Новосибирск (далее – заявитель), на решение Роспатента о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021753476, при этом установлено следующее.

**СВЕЖЕСТЬ
АЛТАЯ**

Комбинированное обозначение « **СВЕЖЕСТЬ
АЛТАЯ** » по заявке № 2021753476, поданной 24.08.2021, было заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 32, 35, 39 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), перечисленных в заявке.

Роспатентом 16.08.2022 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2021753476 для части заявленных товаров 32 и всех услуг 35, 39 классов МКТУ. Для иной части товаров 32 класса МКТУ («*вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; напитки на базе мёда безалкогольные*») в регистрации товарного знака отказано по основаниям,

предусмотренным пунктами 3 и 7 статьи 1483 Кодекса. Кроме того, слово «АЛТАЯ» признано неохраняемым элементом товарного знака на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

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

- слово «АЛТАЯ», представляющее собой наименование субъекта Российской Федерации (<https://dic.academic.ru> - «Большой Энциклопедический словарь», 2000 г.), указывает на место происхождения товаров / происхождения услуг, в связи с чем не обладает различительной способностью на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- заявленное обозначение для части заявленных товаров 32 класса МКТУ не соответствует пункту 7 статьи 1483 Кодекса, поскольку сходно до степени смешения:

с наименованием места происхождения товара № 142 «Алтайский 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), а также с наименованием места происхождения товаров № 193 «Мёд горного Алтая», 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), исключительное право в отношении которого испрашивается по заявкам №№ 2021705826 и № 2021749003, поданным Назаровой Татьяной Владимировной, Республика Алтай, Майминский р-н, с. Манжерок, и Кестелевым Николаем Айдаровичем, Республика Алтай, Усть-Канский р-н, с. Ябоган;

- слово «АЛТАЯ» заявленного обозначения воспринимается как указание на географический объект, в котором осуществляется добыча / производство природной минеральной / питьевой воды, следовательно, оно указывает на природное происхождение части заявленных товаров 32 класса МКТУ, вводит потребителя в заблуждение относительно природного происхождения таких товаров, не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 17.10.2022 поступило возражение, в котором выражено несогласие заявителя с принятым Роспатентом решением. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение должно быть зарегистрировано в отношении всех заявленных товаров и услуг без выведения из-под охраны отдельных элементов обозначения;

- заявитель является правообладателем товарного знака «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ», по свидетельству № 490162;

- факт регистрации товарного знака по свидетельству №490162 для товаров и услуг 32, 35, 39 классов МКТУ свидетельствует о признании Роспатентом охраноспособности обозначения «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ» для этих товаров и услуг;

- оспариваемое решение нарушает принцип защиты разумных ожиданий и принцип единообразия правовых подходов;

- обозначение «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ» является единым фантазийным словосочетанием, слова которого грамматически и по смыслу связаны между собой;

- обозначение «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ» не имеет однозначного значения и может восприниматься, например, как указание на то, что товар под данным брендом дарит потребителю то же ощущение свежести, которое бывает на Алтае, следовательно, оно не указывает на какое-либо свойство товара или услуги и не вводит потребителей в заблуждение относительно свойств товаров или услуг;

- судебная практика исходит из того, что недопустимо выделение в качестве неохраняемого одного элемента из состава единого словосочетания;

- существует большое количество зарегистрированных знаков, представляющих собой фантазийные словосочетания со словами «АЛТАЙ / АЛТАЯ», в составе которых эти слова являются охраняемыми (например, «ВСТРЕЧАЙ АЛТАЙ», «СЕДОЙ АЛТАЙ», «ГРИБНОЙ АЛТАЙ», «АЛТАЙ АВИА», «АЛТАЙ СТАРОВЕР», «ЗОЛОТОЙ АЛТАЙ», «АЛТАЙ-СИЛА», «АЛТАЙ КОРОНА КАТУНИ», «ЗЕЛЕНый АЛТАЙ», «АЛТАЙСКИЕ ПРОСТОРЫ», «АЛТАЙСКАЯ НИВА АЛТАЙАГРОТЕХ», «КЛАД АЛТАЯ», «ФЕРМА АЛТАЯ», «БУКЕТ АЛТАЯ», «САДЫ АЛТАЯ», ПАСЕКИ АЛТАЯ»);

- обозначение «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ» не вводит потребителей в заблуждение относительно природного происхождения заявленных товаров или относительно любых других свойств и характеристик товаров;

- вывод оспариваемого решения о том, что слово «АЛТАЯ» воспринимается как указание на географический объект, в котором осуществляется добыча /

производство природной минеральной / питьевой воды, указывает на природное происхождение части заявленных товаров, ничем не подкреплён;

- тот факт, что минеральная вода может добываться на Алтая не означает, что любой напиток, маркировка которого включает слово «Алтай», будет восприниматься потребителем как обладающий особыми природными свойствами;

- законодательство не содержит запрета на регистрацию топонимов в качестве товарных знаков, при этом введение потребителей в заблуждение в связи с возникающей ассоциацией между обозначением «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ» и напитками с особыми свойствами должно быть доказано и основываться, например, на предыдущем опыте потребителей;

- Алтай не является широко известным местом производства напитков с особыми природными свойствами;

- заявленное обозначение не сходно до степени смешения с противопоставленными наименованиями мест происхождения товаров, поскольку отсутствует семантическое сходство между обозначениями «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ» и «Алтайский мёд» / «Мёд горного Алтая»;

- заявитель не усматривает последовательности в противопоставлении наименований мест происхождения товаров «Алтайский мёд» и «Мёд горного Алтая» при снятии противопоставлений товарных знаков «ГОРНО-АЛТАЙСКИЙ МАРАЛ», «ТАЛКАН ГОРНОГО АЛТАЯ», «ЧОК-ЧОК ГОРНОГО АЛТАЯ», «КАЗЫ ГОРНОГО АЛТАЯ», «КУРУТ ГОРНОГО АЛТАЯ», «ЧЕГЕН ГОРНОГО АЛТАЯ»;

- доводы возражения подтверждаются практикой Суда по интеллектуальным правам, отраженной в актах, упомянутых в возражении.

На основании изложенных аргументов заявитель просил изменить решение о регистрации обозначения по заявке № 2021753476 и вынести решение о его регистрации в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг без выведения из-под охраны отдельных элементов обозначения.

С возражением представлены следующие материалы:

(1) Распечатка с сайта <https://gufo.me/dict/efremova/свежесть>.

(2) Копия решения о государственной регистрации товарного знака.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 28.11.2022, к протоколу коллегией была приобщена (3) распечатка с сайта <http://www.altaionline.ru/altai.php?id=336>, с информацией на которой представитель заявителя был ознакомлен непосредственно в ходе заседания.

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

С учётом даты (24.08.2021) поступления заявки № 2021753476 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, утверждённые Приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 с изменениями, внесенными приказом Минэкономразвития России от 10.10.2016 № 647, приказом Минэкономразвития России от 12.03.2018 № 113, приказом Минэкономразвития России от 16.07.2020 № 428, приказом Минэкономразвития России от 23.11.2020 № 770 (далее – Правила).

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

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

2) являющихся общепринятыми символами и терминами;

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

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

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: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определённом 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 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 Кодексом, а также с обозначением, заявленным на регистрацию в качестве такового до даты приоритета товарного знака, за исключением случая, если такое географическое указание или такое наименование либо сходное с ними до степени смешения обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего право использования такого географического указания или такого наименования, при условии, что регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано такое географическое указание или такое наименование места происхождения товара.

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

В соответствии с пунктом 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учётом

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

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

**СВЕЖЕСТЬ
АЛТАЯ**

Заявленное обозначение « **СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ** » является комбинированным, представляет собой слова «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ», выполненные оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита в две строки. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 32 и услуг 35, 39 классов МКТУ, указанных в заявке.

Оспариваемым решением установлено несоответствие заявленного обозначения пункту 7 статьи 1483 Кодекса в отношении части товаров 32 класса МКТУ в связи с его сходством до степени смешения с наименованиями мест происхождения товаров «Алтайский мёд» и «Мёд горного Алтая», исключительное право в отношении которых предоставлено иным лицам / испрашивается на имя иных лиц.

**СВЕЖЕСТЬ
АЛТАЯ**

Сопоставительный анализ заявленного обозначения « **СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ** » и противопоставленных наименований мест происхождения товаров «Алтайский мёд» и «Мёд горного Алтая» на предмет их сходства показал следующее.

При оценке смыслового значения слова «Алтая» заявленного обозначения следует помнить, что на сегодняшний день «Алтайский край» и «Республика Алтай» представляют собой наименования самостоятельных субъектов Российской Федерации, граничащих между собой. В то же время до распада СССР данные территории существовали как единая Горно-Алтайская автономная область в составе Алтайского края, наименование которой несколько раз менялось. Так, согласно словарно-справочным источникам информации «Алтай» - «горная страна в Азии, на территории России (Алтайский край, Республика Алтай), Монголии и Китая» см. Интернет, Словари: Словарь русских синонимов; Географические названия мира: Топонимический словарь. — М: АСТ. Поспелов Е.М. 2001.

В отношении довода заявителя о том, что словосочетание слов «Свежесть» и «Алтая» формирует единую смысловую конструкцию, следует отметить, что данные слова отсутствуют в словарных источниках в качестве устойчивого словосочетания (как например: «божья коровка», «медвежья услуга», «места общего пользования», «пороховая бочка» и др.) и расположены на разных строках, следовательно, правомерным является их анализ по-отдельности.

Противопоставленные наименования мест происхождения товаров «Алтайский мёд» и «Мёд горного Алтая» выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров «пчелиный мёд» и «мёд» с указанием мест происхождения товаров Алтайский край и Республика Алтай, соответственно.

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

Пчеловодство известно на Алтае с 18 в. По рельефу местности и растительному покрову территорию Алтая можно разделить примерно на четыре зоны: горнолесную, предгорнолесостепную, лесостепную, подтаёжную и степную. Каждая из зон имеет специфические особенности климата, свою характерную

растительность, а следовательно, и своеобразные условия для получения мёда, и пчеловодства на Алтае (см. <https://www.vtourisme.com/altaj/bogatstva-altaya/744-altajskij-mjod?ysclid=lcvno982tc218606286>).

Согласно особым свойствам пчелиного мёда, идентифицируемого наименованием места происхождения товара «Алтайский мёд», продукт отличается типичным неярым цветом, богатым ароматическим букетом и мягким вкусом с многообразием тонких оттенков, что связано с преобладанием в составе пчелиного мёда нектара многих растений-медоносов с высоким содержанием эфирных масел семейства губоцветных, зонтичных, крестоцветных, розоцветных, сложноцветных и других. В составе разных сортов пчелиного мёда, происходящего из Алтайского края, обнаружено 23 различных аминокислот и амина. Больше всего в мёде содержится пролина (45-85 % от общего содержания аминокислот) и фенилаланина, немного меньше тирозина, аспарагиновой и глутаминовой кислот. В пчелином мёде из Алтайского края содержатся такие ферменты, играющие важную роль в процессе жизнедеятельности, как инвертаза, диастаза, глюкозооксидаза, амилаза, каталаза, фосфатаза и др. Содержание натуральных сахаров фермента диастазы (до 70 ед.) в пчелином мёде из Алтайского края значительно (в разы) выше по сравнению с другими мёдами, в результате чего, полезные вещества усваиваются человеческим организмом быстрее и качественнее. Также можно отметить, что пчелиный мёд из Алтайского края содержит пыльцевые зерна десятков эндемиков – растений, которые встречаются только в Алтайском крае. Вкусовые качества пчелиного мёда, идентифицируемого наименованием места происхождения товара «Алтайский мёд», обусловлены, помимо географических условий места его производства, ещё и давними традициями пчеловодства, существующими в Алтайском крае.

Согласно сведениям об особых свойствах пчелиного мёда, идентифицируемого наименованием места происхождения товара «Мёд горного Алтая», они сложились благодаря климату и растительности региона Республика Алтай, а также старым, сохранившимся с давних времён, традициям пчеловодства.

Большинство медоносов Республики Алтай – дикорастущие горные растения, отсюда – особые целебные свойства мёда. В горных лесах, в долинах и на лесных полянах часто встречаются обширные заросли богатейших травянистых и кустарниковых растений (кандык, медуница, ива, акация желтая, синюха, дягиль, русянка, малина, кипрей, татарник, соссурея и др.). Естественные угодья в медоносной растительности составляют большую часть. Преимущества мёда проявляются и в возможности пчел собирать мёд как с диких растений, так и с сельскохозяйственных, и даже с плодовых.

Коллегия обращает внимание на то, что с 1 января 2019 г. для оценки качества мёда в качестве национального стандарта Российской Федерации взамен ГОСТ Р 54644-2011 введен межгосударственный стандарт ГОСТ 19792-2017 «Мёд натуральный. Технические условия». Согласно пункту 5.1.6 ГОСТ 19792-2017 мёд не должен содержать вещества, не свойственные его природному составу. При этом в пункте 4 ГОСТ 19792-2017 отмечено, что мёд может иметь название географической местности, связанной с его происхождением: башкирский, дальневосточный, алтайский, сибирский и др.

Перечень товаров, в отношении которых испрашивается регистрация заявленного обозначения, включает, в том числе, такие товары, как *«напитки на базе мёда безалкогольные»*. Коллегия полагает, что заявленное обозначение со словесным элементом, называющим территорию, славящуюся пчеловодством и продуктами пчеловодства, в отношении заявленных товаров способно вызывать в сознании среднего российского потребителя смысловой образ, соотносящийся с образом, вызываемым наименованиями мест происхождения товаров «Алтайский мёд» и «Мёд горного Алтая», поскольку для упомянутых товаров заявленного перечня мёд с присущими ему вкусовыми и ароматическими особенностями, заслужившими признание в качестве так называемых «региональных брендов», является их основным ингредиентом.

Анализ вышеизложенного в своей совокупности позволяет заключить, что заявленное обозначение со словесным элементом «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ», предназначенное для маркировки товаров на основе мёда, ассоциируются с мёдом, происходящим из Алтайского края и Республики Алтай.

Изложенное обуславливает смысловое сходство заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товара. Следует отметить, что смысловое сходство, в отличие от остальных признаков, может выступать в качестве самостоятельного критерия сходства обозначений.

Фонетическое сходство заявленного обозначения и противопоставленных наименований мест происхождения товара «Алтайский мёд» и «Мёд горного Алтая» обусловлено включением в состав сравниваемых обозначений слов «АЛТАЯ» / «АЛТАЙСКИЙ» / «АЛТАЯ», в которых имеются одинаковые буквосочетания, расположенные в начальной части сравниваемых слов. Иные словесные элементы имеют фонетические отличия. Однако в данном случае превалирует смысловой критерий.

Что касается графического признака сходства словесных элементов, то особенности сравниваемых объектов (наименования мест происхождения товаров – словесные обозначения) не позволяют сделать вывод о возможности ведущей роли визуального критерия. При этом выполнение всех обозначений буквами русского алфавита графически сближает сравниваемые обозначения.

При сопоставлении рассматриваемых обозначений необходимо также учитывать, что противопоставленные средства индивидуализации «Алтайский мёд» и «Мёд горного Алтая» представляют собой зарегистрированные в установленном порядке наименования мест происхождения товаров, то есть производные от наименований географических объектов обозначения, которые стали известными в результате их использования в отношении товаров (*пчелиный мёд / мёд*), особые свойства которых исключительно или главным образом определяются

характерными для Алтайского края и Республики Алтай условиями и людскими факторами (см. пункт 1 статьи 1516 Кодекса).

То обстоятельство, что заявленный перечень включает товары, состоящие из товаров, особые свойства которых обусловлены их происхождением с указанной местности (Алтайский край и Республика Алтай), свидетельствует о существовании действительной возможности их смешения в гражданском обороте.

Заявитель не является обладателем свидетельства об исключительном праве на какое-либо из противопоставленных наименований мест происхождения товаров, сведений о намерении получения такого свидетельства не представлял.

Таким образом, коллегия приходит к выводу о правомерности вывода оспариваемого решения о невозможности регистрации заявленного обозначения в отношении товаров *«напитки на базе мёда безалкогольные»* на основании пункта 7 статьи 1483 Кодекса.

В отношении довода возражения о противоречии данного вывода принципу защиты разумных ожиданий и принципу единообразия правовых подходов в связи с тем, что заявитель уже является правообладателем товарного знака «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ» по свидетельству № 490162, следует отметить, что регистрация товарного знака по свидетельству № 490162 была произведена на имя иного лица, а заявитель стал его правообладателем в результате отчуждения исключительного права на товарный знак. При этом заявка на регистрацию этого товарного знака была подана ранее даты подачи заявки на регистрацию наименований мест происхождения товаров, противопоставляемых в рамках оспариваемого решения.

Что касается приведённых заявителем примеров, касающихся отсутствия противопоставления иных обозначений, то коллегия отмечает, что делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно. Каждое обозначение уникально и вопрос возможности его регистрации рассматривается отдельно с учётом всех имеющихся в распоряжении Роспатента обстоятельств. В данном случае названные заявителем примеры представляют собой иные объекты –

товарные знаки, в то время как существующий методологический подход определяет необходимость признания заявленного обозначения сходным до степени смешения с наименованием места происхождения товаров в целом, даже если спорный элемент не занимает в нем доминирующего положения.

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

Поскольку словосочетание «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ» не является устойчивым, то его содержание сводится к совокупности значений входящих в него слов.

Согласно источнику заявителя (1), «СВЕЖЕСТЬ» означает «свойство и состояние свежего; прохлада, умеренный холод; ощущение бодрости, жизнерадостности; в переносном значении – чистота, непосредственность чувств, восприятия.

Словесный элемент «АЛТАЯ», как уже упоминалось, представляет собой наименование горного региона в Азии, расположенного на территории России, Казахстана, Монголии и Китая. Алтаем также неофициально называют территорию, занимаемую Алтайским краем и Республикой Алтай (см. Лингвострановедческий словарь на сайте <https://dic.academic.ru/>).

Совокупность значений представленных в обозначении слов позволяет заключить, что смысловой образ словосочетания в целом определяется как прохлада, относящаяся к Алтаю, или ощущение прохлады Алтая.

Согласно дополнительному источнику, представленному коллегией (<http://www.altaionline.ru/altai.php?id=336>), на территории Алтайского края имеются значительные запасы подземных вод - 19 км³ (в т.ч. пресных, питьевого назначения - 10 км³), на базе которых эксплуатируется около 105 тыс. водозаборных скважин для обеспечения хозяйственно-питьевого водоснабжения населения.

Указанные сведения являлись известными на дату подачи заявки, что проверено коллегией путём ознакомления с архивными копиями упомянутой страницы сайта с помощью сервиса «Wayback Machine», <https://web.archive.org/>.

Таким образом, коллегия приходит к выводу о том, что слово «АЛТАЯ» заявленного обозначения способно восприниматься как указание на географический объект, в котором осуществляется добыча / производство природной минеральной / питьевой воды, и возможность такого восприятия отвечает критерию правдоподобности.

Заявитель не представлял какой-либо информации, свидетельствующей о том, что обозначенное предполагаемое восприятие является соответствующим действительности. Следовательно, заявленное обозначение в целом не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для части товаров 32 класса МКТУ – *«вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые»* на основании пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса как вводящее потребителей в заблуждение относительно товаров, а именно, относительно их природного происхождения.

Если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один элемент обозначения, то все обозначение в целом признается не соответствующим пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

В заключение следует отметить, что восприятие слова «АЛТАЯ» в качестве характеристики товаров и / или их производителя подтверждается упомянутыми в настоящем заключении источниками, следовательно, вывод о том, что заявленное обозначение включает в себя словесный элемент, относящийся к характеристике места нахождения заявителя / места производства (происхождения) товаров на основании подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса, является правомерным.

Вместе с тем на основании абзаца шестого пункта 1 статьи 1483 Кодекса такие элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В данном случае, с точки зрения визуального доминирования, в композиции обозначения « **СВЕЖЕСТЬ** **АЛТАЯ** » преобладает слово «СВЕЖЕСТЬ», поскольку оно расположено в начале обозначения и характеризуется большей визуальной длиной,

что позволяет признать правомерным вывод оспариваемого решения о возможности включения элемента «АЛТАЯ» в состав товарного знака в качестве неохраняемого.

В отношении довода возражения о том, что правоприменительная практика исходит из недопустимости выведения из правовой охраны одного слова из состава словосочетания, коллегия сообщает, что он не соответствует действительности. Решение о возможности включения элемента в состав товарного знака в качестве неохраняемого базируется исключительно на анализе такого обозначения требованиям, упомянутым в абзаце шестом пункта 1 статьи 1483 Кодекса, связывающим такую возможность с определением доминирования.

При определении, является ли неохраняемый элемент в заявленном обозначении доминирующим, следует оценивать его пространственное значение в обозначении и принимать во внимание впечатление от зрительного (визуального) восприятия как этого элемента, так и всего обозначения в целом. Пространственное доминирование элемента в составе обозначения может быть вызвано его исполнением в более крупном, чем другие элементы, размере, центральным расположением, яркой контрастной окраской элемента, применением специальных изобразительных приемов.

Коллегия приводит примеры товарных знаков, в которых имеется грамматическая связь словесного элемента, признанного неохраняемым элементом товарного знака: «» (регистрация № 381550, где слово «хлеб» неохраняемый элемент товарного знака), «**УРАЛЬСКИЙ МАЙОНЕЗ**» (регистрация № 382163, где слово «майонез» неохраняемый элемент товарного знака),

«» (регистрация № 622049, где слово «аптека» неохраняемый элемент

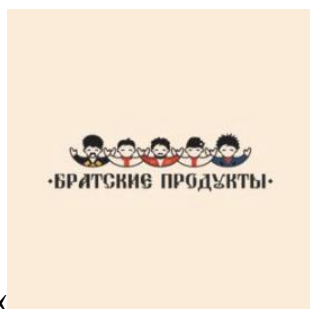
товарного знака), «» (регистрация № 715394, где слово «напитки»



неохраняемый элемент товарного знака), «



слово «Сочи» неохраняемый элемент товарного знака), «
(регистрация № 552487, где слово «семечки» неохраняемый элемент товарного



знака), «

знака), «

» (регистрация № 910016, где слово «продукты» неохраняемый элемент товарного знака) и другие.

Таким образом, то обстоятельство, что заявитель является правообладателем товарного знака «СВЕЖЕСТЬ АЛТАЯ» по свидетельству № 490162, представленного в ином исполнении и имеющего существенно раннюю дату приоритета (16.02.2012), не предопределяет оценку заявленного обозначения, поданного на регистрацию товарного знака 24.08.2021, как соответствующего требованиям законодательства.

Резюмируя всё вышесказанное, выводы оспариваемого решения о невозможности регистрации заявленного обозначения в отношении части товаров 32 класса МКТУ и об указании слова «АЛТАЯ» в качестве неохраняемого элемента товарного знака признаны коллегией правомерными.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 17.10.2022, оставить в силе решение Роспатента от 27.04.2022.