

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее - Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 14.02.2025, поданное Акционерным обществом «Московский пиво-безалкогольный комбинат «ОЧАКОВО», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023764582, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «  » по заявке №2023764582 подано на регистрацию 19.07.2023 на имя заявителя в отношении товаров 32 класса МКТУ, приведенных в перечне заявки.

Роспатентом было принято решение от 14.10.2024 о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023764582 в отношении части заявленных товаров 32 класса МКТУ.

При этом было указано, что на основании положений пункта 1, пункта 3 статьи

1483 Кодекса заявленное обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака только в отношении товаров 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; вода газированная; коктейли безалкогольные и напитки безалкогольные смешанные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки изотонические; напитки на основе минеральных вод, в том числе, газированные; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки освежающие безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки тонизирующие безалкогольные [не для медицинского применения]; напитки энергетические» с указанием изображения формы банки, а также словесных элементов «Cool Cola», входящих в его состав и указывающих на вид, свойства, состав и способ употребления товаров, в качестве неохраняемых элементов, поскольку в отношении другой части заявленных товаров, заявленное обозначение будет вводить потребителя в заблуждение относительно вида, свойств, состава товаров.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому входящее в состав заявленного обозначения изображение формы банки не обладает различительной способностью на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, является неохраняемым, так как представляет собой реалистическое изображение банки, форма которой обусловлена только функциональным назначением.

Кроме того, входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «COOL COLA» в силу своего перевода и семантического значения («Cool» – в переводе с английского языка «прохладный» – умеренно холодный, освежающий. «Cola» – в переводе с английского языка «кола» – вечнозеленое дерево семейства стеркулиевых, растущее в тропической Африке, семена которого содержат кофеин и используются в медицине, а также для приготовления тонизирующих напитков, см. Интернет-переводчик

<https://translate.yandex.ru/>;

Интернет-словарь

<https://lexicography.online/explanatory/к/кола;>

[https://lexicography.online/explanatory/ п/прохладный\)](https://lexicography.online/explanatory/п/прохладный/) не обладают различительной способностью на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса,

являются неохранными элементами обозначения для части заявленных товаров 32 класса МКТУ (а именно: «аперитивы безалкогольные; вода газированная; коктейли безалкогольные и напитки безалкогольные смешанные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки изотонические; напитки на основе минеральных вод, в том числе, газированные; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки освежающие безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки тонизирующие безалкогольные [не для медицинского применения]; напитки энергетические»), поскольку указывают на вид, свойства, состав и способ употребления товаров, а для другой части заявленных товаров 32 класса МКТУ заявленное обозначение на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса способно ввести потребителей в заблуждение относительно вида, свойств, состава товаров.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 14.02.2025 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение не относится к категории обозначений, различительная способность которых была утрачена на дату подачи заявки, в результате использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров. Это обозначение, по мнению государственной экспертизы, изначально обладало не высокой различительной способностью, однако в результате его активного использования АО «Московский пиво-безалкогольный комбинат «ОЧАКОВО» обозначение стало индивидуализировать конкретные товары в глазах потребителей;

- заявленное обозначение приобрело различительную способность применительно к товарам 32 класса МКТУ и имеет стойкую ассоциативную связь с АО МПБК «ОЧАКОВО»;

- заявитель активно реализовывает продукцию с использованием элемента



более трех лет, а сама реализации продукции началась еще в 2014 году;

- деятельность АО МПБК «ОЧАКОВО», связанная с производством и



реализацией товаров 32 класса МКТУ с использованием элемента , широко освещалась и продолжает освещаться в крупнейших средствах массовой информации Российской Федерации;



- важно отметить, что узнаваемость обозначения , как и ассоциативная связь этого обозначения с АО МПБК «ОЧАКОВО», является настолько высокой, что даже крупнейшие российские издательства отслеживают и освещают, в том числе и возникшие правовые споры;



- реализация товаров с использованием элемента  осуществляется более чем в 70 субъектах Российской Федерации, что подтверждает высокий уровень осведомленности целевой аудитории о заявленном обозначении для продукции 32 класса МКТУ;

- заявитель ведет непрерывную деятельность, а также сотрудничает с крупными торговыми сетями по реализации товаров, в отношении которых истребуется правовая охрана заявленному обозначению, с элементом 

- также активная реализация продукции ведется через такие маркетплейсы как «OZON», «WILDBERRIES» и «Яндекс Маркет», важно при этом отметить, что при вводе в поисковой строке в указанных торговых площадках «COOL COLA», какой-либо иной продукции, кроме товаров АО МПБК «Очаково» результат поисков не дает, что говорит о высокой различительной способности указанного обозначения по отношению к производителю, высокой осведомленности потребителей о соответствующей продукции, и стойкой ассоциативной связью именно с АО МПБК «Очаково»;

- за период с мая 2022 года по декабрь 2024 год в общей сложности было реализовано более 265 000 000 литров продукции;

- заявитель проводил активную рекламную кампанию, направленную на продвижение продукции, и понес существенные затраты для проведения рекламы продукции, маркированной соответствующим обозначением;

- высокую узнаваемость и стойкую ассоциативную связь заявленного

обозначения с заявителем подтверждает размещение информационных материалов в публичных местах;

- также заявитель отмечает, что в отношении товаров 32 класса МКТУ «вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас, в том числе, квас с нетрадиционным вкусом, достигаемым за счет добавления соков, эссенций и ароматизаторов; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки деалкоголизированные; напитки на базе меда безалкогольные; напитки со вкусом кофе, чая, пряностей, фруктов, ягод и/или других растительных составляющих безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; сассапариль [безалкогольный напиток]; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; соки фруктовые, овощные, ягодные а также напитки с незначительным содержанием фрагментов овощей, фруктов, ягод и других растительных компонентов [напитки]; шенди» заявитель не может быть введен в заблуждение относительно товара либо его изготовителя;

- необходимо обратить внимание на следующее: ВОДА́, - (водам и т.п.). Напиток минеральный, газированный или фруктовый (обычно с определением). Сельтерская вода. Лимонная вода. Ижевская вода. Различные минеральные воды. Пить воды (лечиться минеральной водой). СЕЛЬТЕРСКАЯ вода (зельтерская вода) - минеральная вода источников Зельтерса (Оберзельтерс и Нидерзельтерс, Германия), а также аналогичная искусственная столовая минеральная вода, приготовляемая путем насыщения питьевой воды углекислым газом с добавлением щелочных солей. В прошлом так называли любую столовую минеральную воду. (Большой Энциклопедический словарь. 2000.);

- одновременно с этим, напитки со вкусом кофе, чая, пряностей безалкогольные характеризуются именно наличием каких либо ароматизаторов или иных добавок. Важно отметить, что ни одно из представленных категорий товаров не исключает наличие, каких-либо ароматизаторов или пищевых добавок, в связи с чем, наличие в составе товарного знака словесного элемента «COLA» не будет вводить потребителя в заблуждения относительно товара;

- ранее Роспатентом были зарегистрированы товарные знаки, содержащие словесный элемент «COLA», который, в отличие от заявленного обозначения выполнялся именно в качестве отдельного слова, не имеющего каких-либо семантически связанных с ним слов, которые могли бы придать ему дополнительную фантазийность;

- заявителем также проведен социологический опрос, который подтверждает высокую различительную способность заявленного обозначения среди потребителей.

На основании изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023764582 в отношении товаров 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; вода газированная; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; квас, в том числе, квас с нетрадиционным вкусом, достигаемым за счет добавления соков, эссенций и ароматизаторов; коктейли безалкогольные и напитки безалкогольные смешанные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки деалкоголизированные; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на основе минеральных вод, в том числе, газированные; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки освежающие безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе, чая, пряностей, фруктов, ягод и/или других растительных составляющих безалкогольные; напитки тонизирующие безалкогольные [не для медицинского применения]; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; соки фруктовые, овощные, ягодные а также напитки с незначительным содержанием фрагментов овощей, фруктов, ягод и других растительных компонентов [напитки]».

В качестве подтверждения вышеизложенному к возражению приложены следующие материалы:

1. Решение Роспатента от 14.10.2024 г. по заявке № 2023764582 – 11 л.;
2. План производства на 2014 год, комплектация выпускаемой продукции на 01.09.2015 дизайн ранней продукции - 5 л.;
3. Выборка статей СМИ в отношении продукции «COOL COLA» - 15 л.;

4. Справка продажи COOL COLA по субъектам РФ по ФС 2022-2024 (с таблицей расшифровкой) – 16 л.;

5. Примеры предложений к продаже напитков «COOL COLA» в различных торговых сетях – 18 л.;

6. Выборка товарно-транспортных накладных в отношении продукции маркированной «COOL COLA» - 54 л.;

7. Рекламные интеграции продукции «COOL COLA» - 35 л.;

8. Справки о затратах на рекламу продукции маркированной «COOL COLA» за период 2022-2024 г. - 3 л.;

9. Выборка рекламных контрактов продукции маркированной «COOL COLA» - 79 л.;

10. Информационные материалы о промокомпаниях продукции «Cool Cola» - 15 л.;

11. Отзывы потребителей о продукции «Cool Cola» - 18 л.;

12. Результаты поисковых запросов в сети Интернет (Яндекс, Google) по словам «COOL COLA» - 36 л.;

13. Социологическое исследование ВЦИОМ от 26 февраля 2025 года – 24 л.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегией было установлено следующее.

С учетом даты (19.07.2023) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. № 482 (далее - Правила).

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

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

В соответствии с требованиями 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, способ производства или сбыта.

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

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, согласно пункту 34 Правил 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.

Указанные в пункте 34 Правил элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения (пункт 35 Правил).

Положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- приобрели различительную способность в результате их использования;
- состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1 - 4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации

товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается 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.

Для того чтобы понять соответствует ли обозначение требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса необходимо учитывать семантику товарного знака и те виды товаров, в отношении которых испрашивается правовая охрана.



Заявленное комбинированное обозначение «  » по заявке №2023764582 состоит из изображения фронтальной части банки с оригинальной этикеткой, на фоне которой расположен изобразительный элемент в виде незавершенного кольца, напоминающий букву «С». Под изобразительным элементом размещены два словесных элемента «COOL COLA», выполненные стандартным шрифтом буквами латинского алфавита в две строки. Предоставление правовой охраны товарному знаку испрашивается в белом, оттенках синего, оттенках красного, оттенках серого цветовом сочетании, в отношении товаров 32 классов МКТУ.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям, изложенным в пункте 1 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

В решении Роспатента было установлено, что изображения формы банки не обладает различительной способностью в отношении всех заявленных товаров, в связи с чем, является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Указанный вывод заявителем не оспаривается.

Заявитель выражает несогласие относительно неохраноспособности словесных элементов «COOL COLA», входящих в состав заявленного обозначения.

Таким образом, анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 и пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение содержит словесные элементы «COOL COLA»:

- «COOL» - в переводе с английского языка имеет следующие значения: «крутой, классный, прохладный, холодный, спокойный, невозмутимый, замечательный», см. <https://www.translate.ru>;

- «COLA» - в переводе с английского языка означает «кола» - тропическое дерево, семена к-рого используются в медицине и пищевой промышленности

(последнее — в основном, для изготовления тонизирующих напитков), см. «Oxford Languages»; род вечнозеленых деревьев семейства стеркулиевых. Ок. 125 видов, в тропической Африке. Некоторые виды культивируют в тропиках, главным образом в Зап. Африке. Семена (т. н. орехи кола), содержащие кофеин и теобромин, используют в медицине и для изготовления тонизирующих напитков. / см. Англо-русский словарь. — М.: Советская энциклопедия. В.К. Мюллер. 1969., <https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/856638/cola>, Большой Энциклопедический словарь. 2000., <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/159066>.

Учитывая приведенные выше значения словесных элементов, коллегия отмечает, что словесный элемент «COOL» может иметь различную смысловую нагрузку и вызывать различные ассоциации в зависимости от восприятия семантики указанного словесного элемента, что исключает возможность отнесения его к категории обозначений прямо и однозначно характеризующих товары.

Таким образом, применительно к заявленным товарам 32 класса МКТУ словесный элемент «COOL» будет носить ассоциативный характер, в связи с чем может быть включен в заявленное обозначение в качестве охраняемого элемента.

Вместе с тем словесный элемент «COLA» может быть расценен как элемент, который не обладает различительной способностью, поскольку указывает на вид, свойства и назначение товаров 32 класса «аперитивы безалкогольные; вода газированная; коктейли безалкогольные и напитки безалкогольные смешанные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки изотонические; напитки на основе минеральных вод, в том числе, газированные; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки освежающие безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки тонизирующие безалкогольные [не для медицинского применения]; напитки энергетические».

Кроме того, поскольку в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «COLA», то в силу семантического значения, в отношении части заявленных товаров 32 класса МКТУ «вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; квас, в том числе, квас с нетрадиционным вкусом, достигаемым за счет добавления соков, эссенций и ароматизаторов;

напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки dealкоголизированные; напитки на базе меда безалкогольные; напитки со вкусом кофе, чая, пряностей, фруктов, ягод и/или других растительных составляющих безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; соки фруктовые, овощные, ягодные а также напитки с незначительным содержанием фрагментов овощей, фруктов, ягод и других растительных компонентов [напитки]», заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, как способное ввести потребителей в заблуждение относительно вида и свойств заявленных товаров на основании пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Коллегия отмечает, что заявителем были представлены доказательства (2-13) присутствия в гражданском обороте товаров 32 класса МКТУ, маркированных



обозначением «». Так, заявитель реализует продукцию с использованием обозначения «COOLCOLA» и «COOL COLA» более чем в 70 субъектах Российской Федерации. Реализация указанной продукции осуществляется в гипермаркетах Атак, Ашан, Globus, Дикси, Карусель, Лента, Магнит и т.д., а также на маркетплейсах. Общие затраты на рекламу и на продвижение продукции, маркированной обозначением «COOL COLA» за период с 2022 по 2024 гг. составили более 1 500 000 000 (полтора миллиарда) рублей. Реклама и продвижение продукции «COOL COLA» осуществлялось посредством рекламы в метро, на ТВ, в торговых центрах, на маркетплейсах ОЗОН, ЯНДЕКС и т.п. Известность заявителя и используемого словесного элемента «COOL COLA» подтверждается также поисковыми запросами в сети Интернет (Яндекс, Google). За период с мая 2022 года по декабрь 2024 год в общей сложности было реализовано более 265 000 000 литров продукции маркированной соответствующим обозначением.

Также заявителем был представлен отчет ВЦИОМ от 26 февраля 2025 «Восприятие обозначения в части наличия / отсутствия социологических признаков различительной способности».

По результатам проведенного исследования были получены следующие результаты, указывающие на высокую узнаваемость заявленного обозначения:



Большинство участников опроса (62%) знакомы с обозначением «». При этом подавляющее большинство опрошенных, которые осведомлены об



обозначении «», знают его сферу применения. Это подтверждается тем, что при ответе на открытый вопрос семь из десяти (71%) назвали безалкогольные, сладкие, газированные напитки/напитки; 98% отметили безалкогольные газированные напитки, отвечая на закрытый вопрос.



Так же 51% опрошенных отметил, что заявленное обозначение «» может указывать на производителя товаров.



Таким образом, продукция заявителя «» обладает определенным уровнем известности и ассоциируется только с заявителем на дату подачи заявки.

Вместе с тем, коллегия не опровергает того, что само по себе заявленное



обозначение «» обладает различительной способностью в отношении безалкогольных газированных напитков, однако отмечает следующее.

Из указанных материалов, проанализированных выше, не следует, что словесный элемент «COLA» воспринимается потребителями как фантазийный элемент.

Коллегия отмечает, что восприятие обозначения связано с товарами, в отношении которых оно зарегистрировано. При этом, заявителем, не представлено документов, доказывающих то, что словесный элемент «COLA» в отношении товаров 32 класса МКТУ будет восприниматься как фантазийное обозначение.

Таким образом, нельзя прийти к выводу о том, что словесный элемент «COLA» не обладает различительной способностью в отношении товаров 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; вода газированная; коктейли безалкогольные и напитки безалкогольные смешанные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки изотонические; напитки на основе минеральных вод, в том числе, газированные; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки освежающие безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки тонизирующие безалкогольные [не для медицинского применения]; напитки энергетические» заявленного обозначения, то есть, данный элемент в отношении, указанных товаров, является описательным и указывает на их состав и свойства.

Таким образом, использование данного слова при сопровождении безалкогольной продукции, будет прямо характеризовать саму продукцию, позволяет прийти к выводу о том, что использование элемента «COLA» на товарах не способно выполнять индивидуализирующую функцию товарного знака.

В связи с изложенным, при указанных обстоятельствах у коллегии есть основания для вывода о неохраноспособности в составе заявленного обозначения словесного элемента «COLA» на основании требований пункта 1 статьи 1483 Кодекса, который, вместе с тем, не занимает доминирующего положения и может быть исключены из правовой охраны товарного знака.

Также коллегия отмечает, что из представленных материалов и



социологического опроса не следует, что заявленное обозначение «» используется и известно потребителям в качестве маркировки таких товаров 32 класса МКТУ как «вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; квас, в том числе, квас с нетрадиционным вкусом,

достигаемым за счет добавления соков, эссенций и ароматизаторов; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки деалкоголизированные; напитки на базе меда безалкогольные; напитки со вкусом кофе, чая, пряностей, фруктов, ягод и/или других растительных составляющих безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; соки фруктовые, овощные, ягодные а также напитки с незначительным содержанием фрагментов овощей, фруктов, ягод и других растительных компонентов [напитки]».

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

удовлетворить возражение, поступившее 14.02.2025, изменить решение Роспатента от 14.10.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023764582.