

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее Правила), рассмотрела возражение, поступившее 12.03.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "МАНГУП ГРУПП", Республика Крым, г.о. Симферополь, г. Симферополь (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023759945, при этом установлено следующее.



Предоставление правовой охраны обозначению «» по заявке №2023759945, поданной 05.07.2023, испрашивалось на имя заявителя в отношении товаров 32 класса МКТУ «*пиво; безалкогольные напитки; воды минеральные и газированные; напитки и соки фруктовые; сиропы и прочие составы для изготовления безалкогольных напитков*».

Роспатентом 12.11.2024 принято решение об отказе в государственной

регистрации товарного знака по заявке №2023759945 в отношении всех испрашиваемых товаров ввиду его несоответствия требованиям пунктов 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

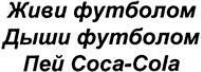
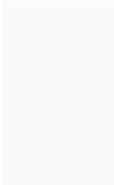
Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому словесный элемент «COLA» - в переводе с английского языка означает «КОЛА» - род вечнозеленых деревьев семейства стеркулиевых. Ок. 125 видов, в тропической Африке. Некоторые виды культивируют в тропиках, 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> является неохраемым элементом на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, не обладает различительной способностью, поскольку указывает на вид, свойства и назначение товаров 32 класса (безалкогольные напитки).

Кроме того, поскольку в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «COLA», то в силу семантического значения, в отношении части заявленных товаров 32 класса МКТУ (*пиво; воды минеральные и газированные; напитки и соки фруктовые; сиропы и прочие составы для изготовления безалкогольных напитков*), 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.

Кроме того, установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с общеизвестным товарным знаком «», правообладателем которого является The Coca-Cola Company, a Delaware corporation, One Coca-Cola Plaza, Atlanta, Georgia 30313 (свидетельство № 5, знак признан общеизвестным с 01.01.1996), для однородных товаров 32 класса МКТУ;

- с серией (блоком) товарных знаков и знаков по международным

регистрациям: « COCA-COLA МАГИЯ МОМЕНТА », «  », « COCA-COLA FREESTYLE », « COCA-COLA БудьСантой », « VANILLA COCA-COLA », « ГДЕ ЕДА - ТАМ COCA-COLA », « ГДЕ ИГРЫ - ТАМ COCA-COLA », « ГДЕ МУЗЫКА - ТАМ COCA-COLA », « COCA-COLA CLASSIC », « COCA-COLA МИР ФУТБОЛА », « БОЛЕЙ ФУТБОЛОМ! ПЕЙ COCA-COLA! », «  », «  », «  », «  », « COCA-COLA LIFE », «  », «  », «  », «  Кока-Кола », « Зеро », « Coca-Cola идет в дом », « Дома лучше (с Coca-Cola)! », «  », « COCA-COLA », « OPEN HAPPINESS », «  MIXER », «  », « COCA-COLA ZERO », « На дачу-Coca-Cola в придачу! », « Coca-Cola по пути! », «  », « Все будет...Coca-Cola! », «  », « COCA-COLA MAQIO », « COCA-COLA. ВЫБЕРИ СПОРТ », «  О-ле Coca-Cola! », « Праздник Футбола О-ле Coca-Cola », «  », « Черри Кока-Кола », « Кока-Кола лайт », «  », «  Живи футболом Дыши футболом Пей Coca-Cola », «  », «  », «  », «  », «  », « COCA-COLA », «  ENERGY », «  ENERGY », «  diet Coca-Cola », «  Coca-Cola light », « CHERRY COCA-COLA »,

зарегистрированных на имя «The Coca-Cola Company, Delaware corporation», One Coca-Cola Plaza, Atlanta, Georgia 30313 (Дзе Кока-Кола Компани, корпорация штата Делавэр, Уан Кока-Кола Плаза, Атланта, штат Джорджия 30313, Соединенные Штаты Америки) в отношении однородных товаров 32 класса МКТУ (св-во № 847445, с приоритетом от 17.09.2021; св-во № 823739, с приоритетом от 29.07.2020; св-во № 769988, с приоритетом от 15.01.2020; св-во № 747060, с приоритетом от 25.07.2019; св-во № 721112, с приоритетом от 19.12.2018; св-во № 636387, с приоритетом от 13.09.2016; св-ва №№ 636334, 636333, 620472, с приоритетом от 05.04.2016; св-ва №№ 618201, 613668, с приоритетом от 03.02.2016; св-ва №№ 572088, 581010, 583945, 572087, с приоритетом от 24.03.2015; св-во № 538694, с конвенционным приоритетом от 09.09.2013; св-во № 525808, с приоритетом от 19.08.2013, продлен до 19.08.2033; св-во № 539162, с конвенционным приоритетом от 14.08.2013; св-во № 421915, с приоритетом от 11.01.2010, продлен до 11.01.2030; св-во № 420538, с приоритетом от 18.12.2009, продлен до 18.12.2029; св-во № 414545, с приоритетом от 22.10.2009, продлен до 22.10.2029; св-ва №№ 401655, 405119, 405391, с приоритетом от 20.03.2009, продлены до 20.03.2029; св-во № 394258, с приоритетом от 08.12.2008, продлен до 08.12.2028; св-во № 353327, с приоритетом от 16.04.2007, продлен до 16.04.2027; св-во № 353952, с приоритетом от 05.03.2007, продлен до 05.03.2027; св-во № 321505, с приоритетом от 24.10.2005, продлен до 24.10.2025; св-во № 316262, с приоритетом от 19.09.2005, продлен до 19.09.2025; св-во № 314509, с приоритетом от 15.09.2005, продлен до 15.09.2025; св-во № 312293, с приоритетом от 22.07.2005, продлен до 22.07.2025; св-во № 307389, с приоритетом от 20.06.2005, продлен до 20.06.2025; св-во № 305145, с приоритетом от 29.04.2005, продлен до 29.04.2025; св-во № 304340, с конвенционным приоритетом от 05.10.2004, продлен до 04.04.2025; св-во № 306641, с приоритетом от 18.03.2005, продлен до 18.03.2025; св-во №306548, с конвенционным приоритетом от 29.03.2004, продлен до 08.07.2024; св-ва №№ 276675, 278594, с приоритетом от 15.09.2003, продлены до 15.09.2033; св-во № 263120, с конвенционным приоритетом от 01.08.2002, продлен до 22.01.2033; св-во № 247205, с приоритетом от 27.08.2002, продлен до 27.08.2032; св-во № 237184, с приоритетом от 27.04.2001, продлен до 27.04.2031; св-во № 219611, с приоритетом от 06.03.2001,

продлен до 06.03.2031; св-во № 222842, с приоритетом от 03.11.2000, продлен до 03.11.2030; св-во № 167235, с приоритетом от 14.03.1997, продлен до 14.03.2027; св-во № 163410, с приоритетом от 27.01.1997, продлен до 27.01.2027; св-во № 151376, с приоритетом от 20.11.1992, продлен до 20.11.2032; св-во № 35217, с приоритетом от 25.05.1967, продлен до 25.05.2027; св-во № 30787, с приоритетом от 02.07.1965, продлен до 02.07.2025; № 242, с приоритетом от 20.12.1936, продлен до 31.10.2025 м.р. №№ 1454482, 1453732, с конвенционным приоритетом от 16.10.2018; св-ва №№ 92294, 92293, с приоритетом от 25.01.1990, продлены до 25.01.2030; № 79360, с приоритетом от 25.07.1985, продлен до 25.07.2025, в отношении однородных товаров 32 класса МКТУ.

Также в решении Роспатента отмечено, что заявленное обозначение по общему зрительному впечатлению (сочетание цветов и тонов) может быть воспринято потребителем как имитация знаков производителя Дзе Кока-Кола Компани (The Coca-Cola Company).

Следовательно, регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака на имя заявителя способна ввести потребителей в заблуждение относительно изготовителя товара пункт 3(1) статьи 1483 Кодекса.

Заявитель в возражении от 12.03.2025 выражал свое несогласие с решением Роспатента от 12.11.2024 в отношении довода о сходстве заявленного обозначения с противопоставленными знаками. Заявитель указывал на отсутствие сходства между сравниваемыми обозначениями, просил учесть

практику регистраций товарных знаков «» по свидетельству №966506,



«» по свидетельству №649033, «» по свидетельству №926470, «» по свидетельству №708557, «» по

свидетельству №1002181, «» по свидетельству №984885, «» по свидетельству №965221 и др., в которых словесный элемент «КОЛА»/ «COLA»

указан в качестве неохраняемого элемента, а в том числе, и повторяет стиль написания Coca-Cola.

На основании изложенного, заявитель просит отменить решение Роспатента от 12.11.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023759945.

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

С учетом даты (05.07.2023) поступления заявки №2023759945 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью, в том числе, 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;

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

В соответствии с пунктом 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 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 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 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

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

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

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

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

В соответствии с пунктом 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).

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено комбинированное



обозначение «», состоящее из красного прямоугольника, на фоне которого расположены слова «FIRE», «COLA». Правовая охрана испрашивалась в отношении товаров 32 класса МКТУ *«пиво; безалкогольные напитки; воды минеральные и газированные; напитки и соки фруктовые; сиропы и прочие составы для изготовления безалкогольных напитков»*.

В решении Роспатента от 12.11.2024 было указано на несоответствие словесного элемента «COLA», «требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку «COLA» - в переводе с английского языка означает «КОЛА» - 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> является неохраняемым элементом на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, не обладает различительной способностью, поскольку указывает на вид, свойства и назначение товаров 32 класса (безалкогольные напитки).

Кроме того, поскольку в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «COLA», то в силу семантического значения, в отношении части заявленных товаров 32 класса МКТУ *(пиво; воды минеральные и газированные; напитки и соки фруктовые; сиропы и прочие составы для изготовления безалкогольных напитков)*, 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.

Указанные выводы заявителем в возражении не оспариваются. Кроме того, в своей корреспонденции от 16.09.2024, заявитель выразил согласие с данными выводами, а также не возражал относительно указания слова «COLA» в качестве неохраняемого элемента для товаров 32 класса МКТУ «безалкогольные напитки».

В своем возражении заявитель выражает несогласие относительно несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса ввиду наличия товарных знаков со словесным элементом «cola»/ «кола» : общеизвестный товарный знак  по свидетельству №5, серия товарных знаков и знаков по международным регистрациям:

« COCA-COLA МАГИЯ МОМЕНТА »,  « COCA-COLA FREESTYLE », « COCA-COLA БудьСантой »,
« VANILLA COCA-COLA », « ГДЕ ЕДА - ТАМ COCA-COLA », « ГДЕ ИГРЫ - ТАМ COCA-COLA »,
« ГДЕ МУЗЫКА - ТАМ COCA-COLA », « COCA-COLA CLASSIC », « COCA-COLA МИР ФУТБОЛА »,
« БОЛЕЙ ФУТБОЛОМ! ПЕЙ COCA-COLA! »,  «  », «  », «  »,
COCA-COLA LIFE  «  », «  », «  »,
Кока-Кола 
«Зеро », «Coca-Cola идет в дом», « Дома лучше (с Coca-Cola)! », «  »,
COCA-COLA  «COCA-COLA ZERO»,
«OPEN HAPPINESS», « MIXER », «  »,
« На дачу-Coca-Cola в придачу! », «Coca-Cola по пути! », «  »,
« Все будет...Coca-Cola! », «  », « COCA-COLA MAQIO »,

«COCA-COLA. ВЫБЕРИ СПОРТ»,

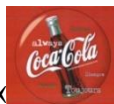
«»,

«Праздник Футбола О-ле Coca-Cola»,



«**Черри Кока-Кола**»,

«Кока-Кола лайт»,



«**Живи футболом
Дыши футболом
Пей Coca-Cola**»,



«*КокаКола*»,



«*Coca-Cola*»,

«COCA-COLA ENERGY»,



«*diet
Coca-Cola*»,

«*Coca-Cola
light*»,

«CHERRY COCA-COLA» по свидетельствам № 847445, с

приоритетом от 17.09.2021; св-во № 823739, с приоритетом от 29.07.2020; св-во № 769988, с приоритетом от 15.01.2020; св-во № 747060, с приоритетом от 25.07.2019; св-во № 721112, с приоритетом от 19.12.2018; св-во № 636387, с приоритетом от 13.09.2016; св-ва №№ 636334, 636333, 620472, с приоритетом от 05.04.2016; св-ва №№ 618201, 613668, с приоритетом от 03.02.2016; св-ва №№ 572088, 581010, 583945, 572087, с приоритетом от 24.03.2015; св-во № 538694, с конвенционным приоритетом от 09.09.2013; св-во № 525808, с приоритетом от 19.08.2013, продлен до 19.08.2033; св-во № 539162, с конвенционным приоритетом от 14.08.2013; св-во № 421915, с приоритетом от 11.01.2010, продлен до 11.01.2030; св-во № 420538, с приоритетом от 18.12.2009, продлен до 18.12.2029; св-во № 414545, с приоритетом от 22.10.2009, продлен до 22.10.2029; св-ва №№ 401655, 405119, 405391, с приоритетом от 20.03.2009, продлены до 20.03.2029; св-во № 394258, с приоритетом от 08.12.2008, продлен до 08.12.2028; св-во № 353327, с приоритетом от 16.04.2007, продлен до 16.04.2027; св-во № 353952, с приоритетом от 05.03.2007, продлен до 05.03.2027; св-во № 321505, с приоритетом от 24.10.2005, продлен до 24.10.2025; св-во № 316262, с приоритетом от 19.09.2005, продлен до 19.09.2025; св-во № 314509, с приоритетом от 15.09.2005, продлен до 15.09.2025; св-во № 312293, с приоритетом от 22.07.2005, продлен до 22.07.2025; св-во № 307389, с приоритетом от 20.06.2005, продлен до 20.06.2025; св-во № 305145, с приоритетом от 29.04.2005, продлен до 29.04.2025; св-во № 304340, с конвенционным приоритетом от 05.10.2004, продлен

до 04.04.2025; св-во № 306641, с приоритетом от 18.03.2005, продлен до 18.03.2025; св-во №306548, с конвенционным приоритетом от 29.03.2004, продлен до 08.07.2024; св-ва №№ 276675, 278594, с приоритетом от 15.09.2003, продлены до 15.09.2033; св-во № 263120, с конвенционным приоритетом от 01.08.2002, продлен до 22.01.2033; св-во № 247205, с приоритетом от 27.08.2002, продлен до 27.08.2032; св-во № 237184, с приоритетом от 27.04.2001, продлен до 27.04.2031; св-во № 219611, с приоритетом от 06.03.2001, продлен до 06.03.2031; св-во № 222842, с приоритетом от 03.11.2000, продлен до 03.11.2030; св-во № 167235, с приоритетом от 14.03.1997, продлен до 14.03.2027; св-во № 163410, с приоритетом от 27.01.1997, продлен до 27.01.2027; св-во № 151376, с приоритетом от 20.11.1992, продлен до 20.11.2032; св-во № 35217, с приоритетом от 25.05.1967, продлен до 25.05.2027; св-во № 30787, с приоритетом от 02.07.1965, продлен до 02.07.2025; № 242, с приоритетом от 20.12.1936, продлен до 31.10.2025 м.р. №№ 1454482, 1453732, с конвенционным приоритетом от 16.10.2018; св-ва №№ 92294, 92293, с приоритетом от 25.01.1990, продлены до 25.01.2030; № 79360, с приоритетом от 25.07.1985, продлен до 25.07.2025, зарегистрированных в отношении товаров 32 класса МКТУ.

Следует отдельно отметить, что правовая охрана противопоставленных

товарных знаков «**COCA-COLA LIFE**» по свидетельству №538694, «**Праздник Футбола О-ле Coca-Cola**» по свидетельству №278594 истекла. Данные знаки сняты в качестве противопоставлений.

Противопоставленные товарные знаки в качестве наиболее значимых элементов содержат словесные элементы «COCA-COLA» / «Кока-Кола» и ассоциируются с известным во всем мире газированным безалкогольным напитком. Согласно справочным источникам кола стала популярным во всём мире напитком после того, как фармацевт Джон Пембертон в 1886 году изобрёл торговую марку «Coca-Cola» / «Кока-Кола», которой позже подражали другие производители. Большинство торговых марок колы содержит кофеин, который первоначально был получен из ореха колы, что привело к названию напитка, хотя в настоящее время используются другие источники. См. электронный словарь: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Кола_\(напиток\)\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Кола_(напиток))).

Основным охраноспособным элементом заявленного обозначения



«» следует признать словесный элемент «FIRE» [ФАЭ / ФИРЕ] (в переводе с английского языка на русский язык может иметь перевод «огонь»), который является фантазийным по отношению к испрашиваемым товарам 32 класса МКТУ, размещен посередине обозначения и обращает на себя внимание потребителя.

Коллегия отмечает, что в заявленном обозначении словесный элемент «COLA» является очевидным указанием на вид товара, неохраняемым элементом.

В противопоставленных товарных знаках в целом обозначение «Coca-Cola» является средством индивидуализации.

Визуально сравниваемые обозначения имеют разное зрительное впечатление, ввиду разного композиционного исполнения, разных изобразительных и дополнительных словесных элементов, присутствующих в сравниваемых обозначениях.

Таким образом, включение элемента «COLA» в состав заявленного обозначения не приводит к выводу о том, что заявленное обозначение и вышеуказанные противопоставленные товарные знаки способны ассоциироваться друг с другом в целом, в связи с чем, коллегия приходит к выводу о том, что сравниваемые знаки обладают низкой степенью сходства.

Анализ однородности сравниваемых товаров 32 класса МКТУ показал либо их идентичность, либо они соотносятся как род (вид), имеют одинаковое назначение, общий круг потребителей, продаются на одинаковых прилавках, являются взаимозаменяемыми, что свидетельствует об их однородности и заявителем не оспаривается.

Согласно пункту 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 №10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее - Постановление ВС РФ № 10) вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначения и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или

близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения. Смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак. При определении вероятности смешения также могут учитываться представленные лицами, участвующими в деле, доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака.

Каких-либо доказательств фактического смешения сравниваемых обозначений в деле не имеется. Обращений от правообладателя противопоставленных товарных знаков на стадии экспертизы представлено не было.

При этом, коллегией принята во внимание обширная практика регистраций обозначений со словесным элементом «cola» / «кола», в которых данный элемент

указан в качестве неохраняемого элемента, например: «» по

свидетельству №966506, «» по свидетельству №649033, «

» по свидетельству №926470, «» по свидетельству

№708557, «» по свидетельству №1002181, «» по

свидетельству №984885, «» по свидетельству №96522, :

свидетельство №122604, «» по свидетельству №176191, «»



» свидетельство №181486, « » по свидетельству №674802, « »



по свидетельству №703918, « » по свидетельству №781356, « » по



свидетельству №865954, « » по свидетельству №1012996, « »



по свидетельству №1037211, « » по свидетельству №1003049,



« » по свидетельству №962494 и др.

Как было установлено выше, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки имеют низкую степень сходства по графическому признаку сходства, имеют фонетические отличия и не могут быть признаны сходными по семантическому критерию сходства словесных обозначений. В связи с чем, отсутствует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности сравниваемых товаров 32 классов МКТУ одному производителю.

Несмотря на наличие в сравниваемых обозначениях совпадающих товаров 32 класса МКТУ, низкая степень их сходства, не позволяет коллегии прийти к выводу об угрозе смешения и, как следствие, о противоречии заявленного обозначения пункту 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

В решении Роспатента от 12.11.2024 указано, что что заявленное обозначение по общему зрительному впечатлению (сочетание цветов и тонов) может быть воспринято потребителем как имитация знаков производителя Дзе Кока-Кола Компани (The Coca-Cola Company). На основании изложенного, сделан вывод о том, что регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака на имя заявителя способна ввести потребителей в заблуждение относительно изготовителя товара пункт 3(1) статьи 1483 Кодекса.

Необходимо отметить, что вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным

производителем товаров на основании имеющегося опыта.



Само по себе обозначение «» не содержит в себе указания, которые могли бы быть восприняты потребителем как ложные относительно лица, производящего товары.

Коллегией принято во внимание также то обстоятельство, что сочетание белого и красного цветов является частым приемом, который используют различные производители при индивидуализации своей продукции (товары 32



класса МКТУ – безалкогольные напитки) (см. товарные знаки «» по

свидетельству №966506, «» по свидетельству №649033,

«» по свидетельству №926470, «» по свидетельству

№708557, «» по свидетельству №1002181, «» по

свидетельству №984885, «» по свидетельству №96522).

В материалах дела отсутствуют какие-либо фактические сведения, о том, что при восприятии заявленного обозначения потребитель соотносит заявленное обозначение с обозначением, используемым компанией Дзе Кока-Кола Компани (The Coca-Cola Company).

В связи с вышеизложенным, у коллегии отсутствуют основания полагать, что заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары 32 класса МКТУ. Вывод о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса в данной части следует признать недоказанным.

Из вышеизложенного анализа следует, что заявленному обозначению

может быть предоставлена правовая охрана в отношении испрашиваемых товаров 32 класса МКТУ, а именно *«безалкогольные напитки»* с указанием слова «COLA» в качестве неохраняемого элемента обозначения.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить возражение, поступившее 12.03.2025, отменить решение Роспатента от 12.11.2024, зарегистрировать товарный знак по заявке №2023759945.