

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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 16.04.2025 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «МПК» Пивоваренный завод Майкопский (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023815325, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2023815325 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 23.11.2023 на имя заявителя для индивидуализации услуг 35 класса Международной классификации товаров и услуг МКТУ (далее - МКТУ), указанных в перечне регистрации.

Роспатентом 17.01.2025 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг по причине его несоответствия требованиям пунктов 1, 3, 7 статьи 1483 Кодекса.

Согласно заключению по результатам экспертизы, являющемуся неотъемлемой частью оспариваемого решения Роспатента, входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «МАЙКОПСКОЕ»,

«МАЙКОПСКИЙ» (прилагательные к слову «Майкоп¹» - город в Российской Федерации, столица Адыгеи, расположен в северных предгорьях Кавказского хребта, на правом берегу реки Белой (приток Кубани), в 1669 км к югу от Москвы) указывают на местонахождение заявителя.

Словесные элементы «ПИВОВАРЕННЫЙ ЗАВОД²» (где «пивоваренный» - прилагательное к «пивоварение», т.е. изготовление пива, как отрасль промышленности; «завод» - промышленное предприятие с механизированными процессами производства) и «ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН³» (магазин, торгующий товарами одного производителя или одной или родственных торговых марок) указывают на видовое наименование организации.

Элемент «ОСНОВАН 1882» указывает на дату основания производства.

Названные элементы являются неохранными согласно требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, словесные элементы «ПИВОВАРЕННЫЙ ЗАВОД», «ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН» способны ввести потребителя в заблуждение относительно свойств и назначения заявленных услуг 35 класса МКТУ, не связанных с демонстрацией, продвижением и/или продажей продукции, производимой предприятием типа «пивоваренный завод». Указанные обстоятельства препятствуют регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных услуг 35 класса МКТУ, за исключением *«демонстрация товаров; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; распространение образцов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов*

¹ Энциклопедия туризма Кирилла и Мефодия. 2008; Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940; Энциклопедический словарь. 2009.

² см. там же.

³ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/7462>.

товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров, включенные в 35 класс; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов».

Кроме того, заявленное обозначение в соответствии с требованиями пункта 7 статьи 1483 Кодекса признается сходным до степени смешения с наименованием мест происхождения товаров (далее - НМПТ) «МАЙКОПСКАЯ» (свидетельство №181 с датой подачи заявки о предоставлении исключительного права на НМПТ от 27.04.2017), зарегистрированным в отношении товара «минеральная вода», право пользования которым принадлежит Обществу с ограниченной ответственностью Лимонадная фабрика «Майкопская», 385006, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Промышленная, 28.

Названное НМПТ №181 препятствует регистрации заявленного обозначения в качестве знака обслуживания в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

Кроме того, следует также отметить, что у заявителя есть право использования НМПТ № 248/1, зарегистрированного в отношении товаров 32 класса МКТУ «пиво светлое». В этой связи регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака является возможной только в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано НМПТ.

Резюмируя вышеизложенное, экспертиза сообщает, что заявленному обозначению отказано в регистрации в качестве знака обслуживания как в отношении всех первоначально заявленных услуг 35 класса МКТУ, а также в отношении скорректированного заявителем перечня услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных

мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; распространение образцов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; услуги по развозной продаже товаров, включенные в 35 класс; услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов».

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, подчеркнув, что использование заявленного обозначения в отношении испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ (в связи с реализацией и продвижением пива «Майкопское») не будет ассоциироваться у потребителей с НМПТ №181 и может каким-либо образом ущемить законные интересы обладателя исключительного права на это НМПТ.

Заявитель полагает, что о данном обстоятельстве уже свидетельствует наличие зарегистрированных НМПТ «ПИВО МАЙКОПСКОЕ» №248 в отношении товара «пиво светлое» и НМПТ «МАЙКОПСКАЯ» №181 в отношении товара «минеральная вода», поскольку названные товары однородными не являются.

Кроме того, заявитель обращает внимание, что заявленное обозначение не будет ассоциироваться потребителями с минеральной водой «МАЙКОПСКАЯ» по НМПТ №181, поскольку содержит неохранные элементы «фирменный магазин» и «пивоваренный завод», указывающие на то, что заявленное обозначение используется заявителем для индивидуализации сети фирменных магазинов ООО «МПК» Пивоваренный завод Майкопский по продаже производимой заводом продукции, а именно, пива «МАЙКОПСКОЕ» согласно зарегистрированному НМПТ №248.

Заявитель ограничивает заявленный перечень услуг 35 класса МКТУ, указав, что они оказываются в отношении такого товара как «пиво «МАЙКОПСКОЕ».

Ввиду всего вышеуказанного, по мнению заявителя, НМПТ №181 не препятствует регистрации заявленного обозначения в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Заявитель сообщает, что заявленные услуги 35 класса МКТУ по реализации товара «пиво «МАЙКОПСКОЕ» являются однородными товарам «пиво светлое» по НМПТ «ПИВО МАЙКОПСКОЕ» №248, в отношении которого заявитель обладает исключительным правом использования.

Таким образом, регистрация заявленного обозначения в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных товарам по НМПТ «ПИВО МАЙКОПСКОЕ» №248 в силу вышеуказанных обстоятельств не будет противоречить пункту 7 статьи 1487 Кодекса.

Помимо указанного, в возражении приводятся сведения о принадлежащем



заявителю товарном знаке «» по свидетельству №677614 с приоритетом от 27.06.2017, зарегистрированным, в том числе, в отношении услуг 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]»,* однородных заявленным услугам.

В силу изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2023815325 в качестве товарного знака для скорректированного перечня услуг 35 класса МКТУ *«демонстрация товаров «пиво «Майкопское»; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров «пиво «Майкопское»; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров «пиво «Майкопское»; презентация товаров «пиво «Майкопское» на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров «пиво «Майкопское» через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров «пиво «Майкопское» через лидеров мнений;*

распространение образцов товаров «пиво «Майкопское»; управление коммерческое лицензиями на товары «пиво «Майкопское» для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров «пиво «Майкопское»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами «пиво «Майкопское»]; *услуги по розничной, оптовой продаже товаров «пиво «Майкопское»;* услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров «пиво «Майкопское»; услуги по развозной продаже товаров «пиво «Майкопское», включенные в 35 класс; *услуги розничной продажи товаров «пиво «Майкопское» по каталогу путем почтовых отправок;* услуги розничной продажи товаров «пиво «Майкопское» с использованием телемагазинов или Интернет-сайтов» с указанием словесных элементов «МАЙКОПСКОЕ», «МАЙКОПСКИЙ», «ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН», «ПИВОВАРЕННЫЙ ЗАВОД», «ОСНОВАН В 1882» в качестве неохраняемых.

Необходимо указать, что на заседании коллегии, состоявшемся 22.05.2025, с учетом положений пункта 45 Правил ППС были выявлены дополнительные обстоятельства в рамках требований подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, препятствующие регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, а именно было указано что элемент «ОСНОВАН В 1882» способен ввести потребителя в заблуждение относительно даты основания производства без соответствующего подтверждения обоснованности включения этой даты в состав заявленного обозначения.

Заявитель, надлежащим образом уведомленный о данных обстоятельствах представил свои пояснения относительно указанной даты в корреспонденции от 09.07.2025, представив соответствующие документы об истории создания предприятия.

Доводы заявителя сопровождают следующие документы:

- справка Национального музея республики Адыгея от 19.05.2016;
- сведения официального сайта Заявителя <https://maykopbeer.ru>;
- сведения в отношении доменного имени maykopbeer.ru.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия считает изложенные в возражении доводы убедительными.

С учетом даты (23.11.2023) поступления заявки №2023815325 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 подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

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

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Как следует из требований подпункта 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.

Исходя из пункта 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.

Исходя из требований пункта 7 статьи 1483 Кодекса, не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения:

1) включающие, воспроизводящие или имитирующие географические указания или наименования мест происхождения товаров, охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом, а также обозначения, заявленные на регистрацию в качестве таковых до даты приоритета товарного знака, в отношении однородных товаров, за исключением случая, если такое обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего право использования таких географического указания или наименования места происхождения товара;

2) включающие, воспроизводящие или имитирующие географические указания или наименования мест происхождения товаров, охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом, а также обозначения, заявленные на регистрацию в качестве таковых до даты приоритета товарного знака, в отношении неоднородных товаров, если использование этого товарного знака в отношении указанных товаров будет ассоциироваться у потребителей с такими географическим указанием или наименованием места происхождения товара и может ущемить законные интересы обладателя исключительного права на такие географическое указание или наименование места происхождения товара.

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.

Исходя из положений пункта 42 Правил, словесные обозначения сравниваются со словесными 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 пункте 42 Правил, 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).



Комбинированное обозначение «» по заявке №2023815325 с приоритетом от 23.11.2023 представляет собой словесно-графическую композицию, включающую расположенные на разных уровнях плашки оригинальной формы словесные элементы «МАЙКОПСКОЕ», «ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН», «МАЙКОПСКИЙ», «ПИВОВАРЕННЫЙ ЗАВОД», «ОСНОВАН В 1882», а также изобразительные элементы в виде стилизованных колосьев, элементов растительного орнамента. Цветовая гамма заявленного обозначения включает черные, белые, желтые, а также зеленые оттенки.

С учетом приведенных в возражении доводов регистрация товарного знака по заявке №2023815325 испрашивается для индивидуализации скорректированного перечня услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров «пиво «Майкопское»; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров «пиво «Майкопское»; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров «пиво «Майкопское»; презентация товаров «пиво «Майкопское» на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров «пиво «Майкопское» через

спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров «пиво «Майкопское» через лидеров мнений; распространение образцов товаров «пиво «Майкопское»; управление коммерческое лицензиями на товары «пиво «Майкопское» для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров «пиво «Майкопское»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами «пиво «Майкопское»]; услуги по розничной, оптовой продаже товаров «пиво «Майкопское»; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров «пиво «Майкопское»; услуги по развозной продаже товаров «пиво «Майкопское», включенные в 35 класс; услуги розничной продажи товаров «пиво «Майкопское» по каталогу путем почтовых отправок; услуги розничной продажи товаров «пиво «Майкопское».

Анализ заявленного обозначения показал, что входящие в его состав словесные и цифровые элементы носят «МАЙКОПСКОЕ», «ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН», «МАЙКОПСКИЙ», «ПИВОВАРЕННЫЙ ЗАВОД», «ОСНОВАН В 1882» носят описательный характер, в связи с чем являются неохраняемыми согласно требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, что заявителем не отрицается.

В части элемента «ОСНОВАН В 1882» заявитель представляет сведения, из которых усматривается правомерность включения в состав заявленного обозначения даты основания производства «1882». Так, согласно официальной справке Национального музея республики Адыгея современный завод заявителя ООО «МПК» Пивоваренный завод Майкопский был основан в 1882 году. Также на официальном сайте⁴ заявителя представлена история ООО «МПК» Пивоваренный завод Майкопский, согласно которой завод является старейшим предприятием города, был основан в 1882 году купцом Вячеславом (Вацлавом) Ивановичем Товаром (выходцем из Чехии) и первоначально именовался Пиво-медоваренный завод «Славянский». В 1920 году завод был передан в ведение советской власти и стал называться Государственным пивзаводом №4 треста «Севкавсельпром». В 1975 году завод переведен в состав Адыгейского производственного объединения пищевых

⁴ <https://maykopbeer.ru>.

предприятий. С 1981 года произошло отделение Пивзавода в самостоятельное предприятие.

Таким образом, элемент «ОСНОВАН В 1882» в составе заявленного обозначения не несет информации, не соответствующей действительности, следовательно, оснований для применения подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса в этой связи не имеется.

Кроме того, в связи с корректировкой заявленного перечня услуг 35 класса МКТУ путем исключения из него позиций, не связанных с продвижением вида товара «пиво «Майкопское», приведенный в заключении по результатам экспертизы довод о способности заявленного обозначения, в состав которого входят словесные элементы «ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН» и «ПИВОВАРЕННЫЙ ЗАВОД», вызывать не соответствующие действительности представления относительно свойств и назначения заявленных услуг, подлежит отклонению. В этой связи оснований для применения подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса в настоящем деле более не имеется.

Между тем, помимо вышеизложенного, препятствием для регистрации товарного знака по заявке №2023815325 явился вывод административного органа о сходстве заявленного обозначения до степени смешения с НМПТ «МАЙКОПСКАЯ» №181, зарегистрированным в отношении товара «минеральная вода», правом пользования которым заявитель не обладает.

При сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленного НМПТ коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом 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.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений 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. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

При наличии соответствующих доказательств суд, определяя вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения, оценивает и иные обстоятельства, в том числе: используется ли товарный знак правообладателем в отношении конкретных товаров; длительность и объем использования товарного знака правообладателем; степень известности, узнаваемости товарного знака; степень внимательности потребителей (зависящая в том числе от категории товаров и их цены); наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

В данном случае следует признать, что заявленное обозначение, включающее словесные элементы «МАЙКОПСКИЙ», «МАЙКОПСКОЕ», сходно с противопоставленным НМПТ «МАЙКОПСКАЯ» №181 ввиду того, что в их составе присутствуют семантически, фонетически и графически сходные словесные элементы, отсылающие к одному и тому же топониму – городу Майкопу.

Вместе с тем, с целью установления вероятности смешения сравниваемых средств индивидуализации порождаемые ими смысловые образы необходимо также соотносить с товарами (услугами), для сопровождения которых в гражданском обороте они предназначены.

Так, скорректированный заявителем перечень услуг 35 класса МКТУ включает позиции по продвижению такого товара как «пиво «Майкопское», в то

время как противопоставленное НМПТ №181 предназначено для сопровождения минеральной воды. Данные виды товаров не являются однородными.

Как справедливо отмечает заявитель, они относятся к разным видам товаров, поскольку минеральные воды представляют собой подземные (реже поверхностные) воды, оказывающие на организм человека лечебное воздействие, в то время как пиво представляет собой слабоалкогольный напиток. Названные товары различаются по потребительским свойствам и назначению, поскольку минеральная вода содержит минеральные, а также биологически активные вещества, оказывает оздоровительное воздействие на организм человека и служит для утоления жажды, в то время как потребление пива вызывает алкогольное опьянение. Также сопоставляемые товары различаются по условиям реализации, поскольку минеральная вода может реализовываться без ограничений, в то время как продажа пива регламентирована Федеральным законом от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», согласно которому этот товар может реализовываться только определенному кругу лиц (старше 18 лет), при этом запрещается его торговля в детских, спортивных, образовательных учреждениях, а также на прилегающих к ним территориях.

Таким образом, использование заявленного обозначения в отношении скорректированного перечня услуг 35 класса МКТУ, связанных продвижением пива «Майкопское» не будет ассоциироваться у потребителей с НМПТ №181 и способно каким-либо образом ущемить законные интересы обладателя исключительного права на это НМПТ.

Кроме того, следует констатировать, что НМПТ «МАЙКОПСКАЯ» №181 в отношении товара «минеральная вода» сосуществует с НМПТ «ПИВО МАЙКОПСКОЕ» №248 в отношении товара «пиво светлое».

Также коллегией принята к сведению информация о наличии у него



исключительного права на товарный знак «» по свидетельству №677614 с приоритетом от 27.06.2017, зарегистрированный для товаров 32 класса МКТУ «пиво» и услуг 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]»*.

Ввиду отсутствия однородности товаров и услуг, для сопровождения которых предназначено заявленное обозначение и противопоставленное НМПТ №181, не усматривается оснований для вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям подпункта 1 пункта 7 статьи 1483 Кодекса как сходного до степени смешения с упомянутым противопоставлением.

Однако, в данном случае следует признать наличие ассоциирования заявленного обозначения, предназначенного для продвижения пива «Майкопское», с НМПТ «ПИВО МАЙКОПСКОЕ» №248, предназначенного для сопровождения пива. При этом, как следует из положений подпункта 1 пункта 7 статьи 1483 Кодекса, возможность получения исключительного права на товарный знак, сходный до степени смешения с охраняемым НМПТ, возможно только при наличии у правообладателя исключительного права использования этого НМПТ, удостоверенного соответствующим свидетельством. В данном случае заявитель обладает свидетельством на право использования НМПТ «ПИВО МАЙКОПСКОЕ» №248/1. Следовательно, с учетом скорректированного перечня заявленных услуг 35 класса МКТУ оснований для вывода о несоответствии заявленного обозначения требованиям подпункта 1 пункта 7 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием НМПТ №248 также не усматривается.

Таким образом, учитывая все обстоятельства дела в совокупности, коллегия полагает, что в данном случае представляется возможным удовлетворить поступившее возражение и зарегистрировать заявленное обозначения по заявке

№2023815325 в качестве товарного знака для скорректированного заявителем перечня услуг 35 классов МКТУ, при этом с указанием элементов «МАЙКОПСКОЕ», «ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН», «МАЙКОПСКИЙ», «ПИВОВАРЕННЫЙ ЗАВОД», «ОСНОВАН В 1882», не занимающих доминирующего положения в составе заявленного обозначения, в качестве неохранных.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить возражение, поступившее 16.04.2025, отменить решение Роспатента от 17.01.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023815325.