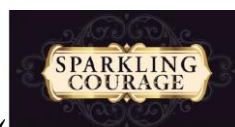
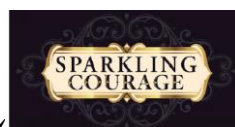


**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления**

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 12.05.2026 возражение Общества с ограниченной ответственностью «ПИВ-ВАР», Республика Северная Осетия-Алания (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2025706453, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2025706453 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 28.01.2025 на имя заявителя в отношении товаров 33 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

По заявлению ООО «ПИВ-ВАР» в заявленный перечень товаров 33 класса МКТУ были внесены изменения от 21.03.2026, согласно которым регистрация товарного знака по заявке №2025706453 испрашивается для товаров *«аперитивы; вина; коктейли; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки на основе вина; сидр грушевый; сидры»*.

Роспатентом 25.04.2026 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров по причине его несоответствия требованиям пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «SPARKLING<sup>1</sup>», в переводе с английского языка означающий «шипучий, игристый, пенистый»), не обладает различительной способностью, характеризует заявленные товары, а именно указывает на их свойства, в связи с чем является неохранным согласно положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком « **КУРАЖ** » (свидетельство №840919 с приоритетом от 21.04.2021), зарегистрированным в отношении однородных товаров 33 класса МКТУ на имя Общества с ограниченной ответственностью «Агентство Кауфман», 129090, Москва, Большая Сухаревская пл., 9, что препятствует его регистрации в качестве товарного знака на основании пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы упоминается, что ранее приведенные мотивы отказа по пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса сняты с учетом внесенных заявителем изменений в перечень заявленного обозначения.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, указав на его незаконность. При этом заявитель полагает, что отказ в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака со стороны административного ведомства создает необоснованные препятствия для осуществления предпринимательской деятельности заявителя и ограничивает конкуренцию.

Так, заявитель обращает внимание, что ввиду ограничения заявленного перечня алкогольной продукции, обладающей определенными свойствами, исключается смешение между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком.

По мнению заявителя, входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы следует рассматривать в качестве единого и неделимого словосочетания

---

<sup>1</sup> Интернет-словари, например: <https://translate.academic.ru/SPARKLING/en/ru/>.

«SPARKLING COURAGE», которое в целом обладает различительной способностью, вместе с тем, заявляет, что в качестве компромисса не возражает относительно признания словесного элемента «SPARKLING» в качестве неохраняемого в случае регистрации товарного знака.

В возражении указывается на то, что словосочетание «SPARKLING COURAGE», не является устойчивым словосочетанием, в целом требует рассуждения и домысливания, вследствие чего не может выступать в качестве характеристики товара и воспринимается в качестве фантазийного обозначения, при этом с учетом семантического значения входящих в его состав элементов может иметь варианты перевода как прямые: «игристое мужество; сверкающее мужество; сияющая доблесть», так и метафорические, а также эмоциональные: «искрометная смелость; светлое мужество; блестящая храбрость; шипучее бесстрашие; дерзкий блеск; сияющий дух; искра отваги; мужество в каждом пузырьке».

С учетом смыслового значения словесного элемента «КУРАЖ», означающего удаль, разгул, развязность, состояние легкого опьянения, показную смелость, смысловое сходство между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком отсутствует.

Также заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак отличаются фонетически за счет разного количества слов, входящих в их состав, разного количества слогов, ударения и ритмико-фонетической структуры, а также производят разное общее зрительное впечатление в силу наличия в составе комбинированного заявленного обозначения изобразительной составляющей, а также с учетом использования при написании словесных элементов разных типов алфавитов.

Заявитель полагает, что при оценке заявленного обозначения следует руководствоваться методологическими подходами, которые были применены при сопоставительном анализе сравниваемых обозначений «WHITE FRIDAY» по свидетельству №617512 и «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» по заявке №2022700144, фирменного обозначения ООО «ЧИСТАЯ КЛИНИКА» и товарного знака «CLEAN CLINIC» по свидетельству №857390.

В возражении отмечается на необходимость исследования заявленного обозначения в целом с учетом его оригинальной композиционной составляющей и взаимосвязи словесных и изобразительных элементов.

Принимая во внимание все вышеизложенные доводы, заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2025706453 в отношении скорректированного на стадии экспертизы заявленного перечня товаров 33 класса МКТУ.

Изучив материалы дела в отсутствие заявителя с учетом его просьбы, коллегия полагает, что доводы, изложенные в возражении, являются неубедительными. При этом следует обратить внимание, что неявка стороны спора, надлежащим образом уведомленном о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания согласно пункту 41 Правил ППС.

С учетом даты (28.01.2025) поступления заявки №2025706453 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 указывающие на их вид, качество, количество, 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.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, 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 различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения 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 требованиями подпункта 2 пункта 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.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

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.

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; расположения 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 обозначение 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.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 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).



Заявленное обозначение «» по заявке №2025706453 с приоритетом от 28.01.2025 является комбинированным, включает в свой состав словесные элементы «SPARKLING COURAGE», расположенные в две строки друг над другом и помещенные в фигурную рамочку. Словесные элементы выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Анализ заявленного обозначения показал, что его словесная часть включает лексические единицы английского и французского языков. Так, слово «sparkling<sup>2</sup>» присутствует в лексике английского языка, является многозначным словом и означает «1) сверкающий, блестящий, искрящийся; 2) шипучий, игристый, пенистый»)). В свою очередь слово «courage<sup>3</sup>» переводится как «храбрость, смелость, отвага, мужество».

Коллегия приняла во внимание довод возражения о том, что названные словесные элементы в составе заявленного обозначения образуют фантазийное словосочетание, которое может порождать различные ассоциации.

Тем не менее, сведений о семантике обозначения «SPARKLING COURAGE» в качестве фразеологизма в каких-либо источниках информации не содержится, что не отрицается самим заявителем. При этом необходимо отметить, что слова «SPARKLING» и «COURAGE» расположены друг под другом, слово «SPARKLING» имеет определенную семантику по отношению к товарам 33 класса МКТУ. В силу указанных обстоятельств названные словесные элементы могут восприниматься по смыслу и визуально как независимые друг от друга обозначения, что в таком случае исключает предложенную заявителем трактовку спорных слов в качестве словосочетания и обуславливает необходимость проведения анализа каждого из входящего в его состав словесных элементов по отдельности.

---

<sup>2</sup> <https://translate.academic.ru/sparkling/en/ru/?ysclid=ms22v8keyu490600390>, Англо-русские словари на портале Академик.ру.

<sup>3</sup> <https://translate.academic.ru/courage/en/ru/>, [https://translate.academic.ru/\(courage\)/fr/ru/](https://translate.academic.ru/(courage)/fr/ru/), Англо-русские и француско-русские словари на портале Академик.ру.



Исходя из сложившихся правовых подходов, сформулированных в Информационной справке<sup>4</sup>, подготовленной по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации, при анализе того или иного обозначения на предмет его охраноспособности, учитывается специфика товаров, в отношении которых заявлено на регистрацию спорное обозначение.

Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается для индивидуализации товаров 33 класса МКТУ *«аперитивы; вина; коктейли; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки на основе вина; сидр грушевый; сидры»*.

Все вышеназванные товары представляют собой алкогольную продукцию, которая по своим свойствам может относиться к игристым напиткам, т.е. напиткам, насыщенным углекислым газом, который придаёт им шипучесть и характерную «игру» пузырьков. Следует констатировать, что словесный элемент «SPARKLING» в значении «игристый» является общеупотребимым обозначением такого рода товаров, т.е. не способен выполнять индивидуализирующую функцию товарного знака при сопровождении товаров 33 класса МКТУ как указывающий на их свойства, т.е. носит описательный характер.

Вышеназванная семантика слова «SPARKLING» позволяет отнести его к неохранным элементам согласно требованиям подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Демонстрацией сложившейся практики регистраций товарных знаков, включающих в свой состав неохранные словесные элементы «SPARKLING» могут служить, в частности, следующие регистрации, произведенные в отношении

товаров 33 класса МКТУ на имя разных лиц: «» по свидетельству



<sup>4</sup> Утверждена постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.04.2017 № СП-23/10 по результатам обсуждения с участием членов Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам.

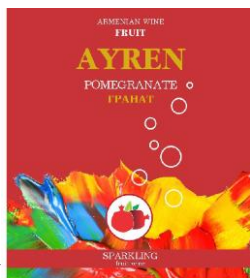


№271995, «

» по свидетельству №546189, «



» по свидетельству



№ 711984, «

» по свидетельству №862226.

В свою очередь вторым элементом заявленного обозначения выступает слово «COURAGE», которое носит фантазийный характер для заявленного перечня товаров.

Вместе с тем, отказ в государственной регистрации товарного знака по заявке №2025706453 обусловлен выводом о его несоответствии требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в связи с наличием противопоставленного товарного знака « **КУРАЖ** » по свидетельству №840919 с приоритетом от 21.04.2021, принадлежащего иному лицу и зарегистрированному в отношении товаров 33 класса МКТУ *«аперитивы; бренди; вина; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; дижестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; ликеры; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; настойки горькие; ром; сидры; экстракты спиртовые; эссенции спиртовые».*

Исследовав заявленный и противопоставленный перечень товаров 33 класса МКТУ, коллегия пришла к выводу о высокой степени их однородности либо в силу полной идентичности, либо ввиду принадлежности к одним и тем же родовым

группам в рамках этих классов, представляющих собой алкогольные напитки, что предопределяет вывод об одинаковом назначении сравниваемых товаров, круге потребителей, условиях реализации, а, значит, о совместной встречаемости этих товаров в гражданском обороте.

В части же сопоставительного анализа заявленного обозначения



«» и противопоставленного товарного знака «**КУРАЖ**» по свидетельству №840919 усматриваются следующие выводы.

Степень важности изобразительного элемента в комбинированном обозначении зависит от того, насколько этот элемент оригинален, каковы его размеры и пространственное положение относительно словесного элемента, а также степень связанности его с композицией всего обозначения. Перечисленные факторы могут учитываться как в отдельности, так и в совокупности.

Значимость элемента в комбинированном обозначении зависит также от того, в какой степени этот элемент способствует осуществлению обозначением его основной функции: отличать товары и услуги одних производителей от товаров и услуг других производителей. Вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем.

Так, в составе противопоставленного товарного знака по свидетельству №840919 присутствует единственный индивидуализирующий словесный элемент «КУРАЖ<sup>5</sup>», который является значимой лексической единицей русского языка, которая была заимствована из французского языка - образована от слова «courage» (произносится как [кураж]) с присущим ему смысловым значением «смелость, мужество» и звучанием.

---

<sup>5</sup> <https://dic.academic.ru/dic.nsf/vasmer/42133/кypаж?ysclid=ms25ci8sjn458808296>, Этимологический словарь русского языка. - М.: Прогресс. М. Р. Фасмер. 1964-1973.

В составе заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №840919 входят индивидуализирующие словесные элементы «COURAGE» / «КУРАЖ», которые характеризуются фонетическим и семантическим тождеством. Наличие в составе сравниваемых обозначений одного и того же элемента, обуславливает их ассоциирование друг с другом в целом, несмотря на визуальные отличия. При этом следует упомянуть, что индивидуализирующий словесный элемент противопоставленного товарного знака выполнен в стандартной шрифтовой манере. Учитывая отсутствие оригинальной графической проработки противопоставленного товарного знака, визуальный критерий при сопоставительном анализе сравниваемых обозначений существенного воздействия на их восприятие потребителями не оказывает.

Необходимо обратить внимание, что согласно позиции Суда по интеллектуальным правам, сформулированной в ряде дел (например, №СИП-658/2021, №СИП-210/2017, №СИП-450/2017), наличие совпадающего слова означает, что определенная степень сходства между сравниваемыми обозначениями имеется. Не может быть признано полное отсутствие сходства обозначений при наличии одного полностью совпадающего словесного элемента, являющегося единственным словесным элементом противопоставленного товарного знака и одним из словесных элементов спорного товарного знака.

Таким образом, можно сделать вывод, что заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству №840919 имеют высокую степень сходства и ассоциируются друг с другом.

Необходимо отметить, что при анализе сходства товарных знаков и однородности товаров, для сопровождения которых они предназначены, принималась во внимание сложившаяся правоприменительная судебная практика, сформулированная в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее - Постановление Пленума Верховного Суда РФ), согласно которой вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения

определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц.

В данном случае коллегией установлена высокая степень сходства сравниваемых обозначений и высокая степень однородности товаров 33 класса МКТУ, для сопровождения которых они предназначены, что является основанием для вывода о наличии вероятности смешения заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака в гражданском обороте.

В этой связи следует признать, что предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке №2025706453 противоречит требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса как нарушающее существующее исключительное право правообладателя противопоставленного товарного знака по свидетельству №840919 на принадлежащее ему средство индивидуализации товаров 33 класса МКТУ.

Учитывая все обстоятельства дела в совокупности, а именно несоответствие заявленного обозначения требованиям пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса, коллегия не находит оснований для удовлетворения поступившего возражения.

Что касается приведенных заявителем примеров методологических подходов, примененных при сопоставительном анализе сравниваемых обозначений «WHITE FRIDAY» по свидетельству №617512 и «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» по заявке №2022700144, а также фирменного обозначения ООО «ЧИСТАЯ КЛИНИКА» и товарного знака «CLEAN CLINIC» по свидетельству №857390, то они не могут быть приняты во внимание в настоящем деле, поскольку содержат в своем составе иные индивидуализирующие элементы, нежели заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак.

Следует отметить, что по результатам рассмотрения возражения 06.07.2026 поступило обращение заявителя на имя Руководителя Роспатента, в котором выражается несогласие относительно озвученного результата рассмотрения возражения.

Анализ обращения правообладателя показал, что оно не содержит какой-либо информации, позволяющей сделать вывод о необъективности выводов коллегии при

рассмотрении поступившего возражения и, как следствие этого, неправомерности принятого решения по результатам его рассмотрения.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 12.05.2026, оставить в силе решение Роспатента от 25.04.2026.**