

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 09.12.2024, поданное АО "БРЯНСКПИВО", Россия (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 882568, при этом установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак «Разливной колос» по заявке № 2021786456, поданной 23.12.2021, зарегистрирован 01.08.2022 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 882568 на ООО «ВСК», Россия (далее – правообладатель) в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В поступившем 09.12.2024 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, его подавшего, о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 882568 в отношении части товаров 32, 33 классов МКТУ произведена в нарушение требований, установленных положениями пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В возражении и ответах на доводы правообладателя лицом, подавшим возражение, указывалось следующее:

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем серии товарных

знаков «КОЛОС», ,  по свидетельствам №№457483, 440955, 436704, содержащих основной индивидуализирующий элемент «КОЛОС», которые являются сходными до степени смешения с оспариваемым товарным знаком, что позволяет признать его заинтересованным в подаче возражения;

- слова «Светлый» и «Крепкий» в товарных знаках по свидетельствам №№440955, 436704 вынесены из-под охраны, поэтому, очевидно, являются слабыми элементами;

- в оспариваемом товарном знаке «Разливной колос» сильным элементом также является слово «колос», поскольку именно на него падает логическое ударение, оно несёт основную смысловую нагрузку в словосочетании и определяет смысловые образы, возникающие у потребителей;

- слово «Разливной» является слабым элементом, так как: 1) является уточняющим словом к слову «колос», не образует качественно нового восприятия обозначения, 2) для товаров 32, 33 класса МКТУ (различные напитки) слово «разливной» («продаваемый в разлив») является характеризующим словом, описывающим свойства товаров, способ сбыта товаров;

- об описательном характере слова «разливной» свидетельствует практика

Роспатента по регистрации товарных знаков , ,

, , , ,

,  по свидетельствам №№768678, 927019, 612310, 996476, 828421, 996530, 839020, 457422, в которых словесные элементы

«Разливной», «Разливное», «Разливные напитки», «Магазин разливных напитков по фиксированной цене» является неохраноспособными элементами обозначений;

- следует отметить, что товарный знак по свидетельству №927019, зарегистрированный в отношении товаров 32 класса МКТУ с исключением из правовой охраны элемента «Разливной», принадлежит правообладателю спорной регистрации, при этом изначально заявка была подана и на алкогольные напитки 32, 33 классов МКТУ, по которым экспертиза признала сходство данного товарного знака с товарным знаком, включающим элемент «КОЛОС», принадлежащим АО «БРЯНСКПИВО»;

- на основании изложенного, словесный элемент «Разливной» является неохраноспособным и слабым элементом, а сильным элементом является слово «колос»;

- анализ спорного обозначения и противопоставленных товарных знаков показал, что сильные элементы «колос» и «КОЛОС» совпадают, имеют одинаковое произношение, звуки расположены одинаково по отношению друг к другу, совпадают слоги, присутствует вхождение одного обозначения в другое;

- наличие слова «Разливной» в оспариваемом знаке не влияет на признание знаков фонетически сходными;

- сравниваемые товарные знаки вызывают одни и те же ассоциации, связанные с колосом злаков, полем колосьев, при этом слово «разливной» не меняет семантики слова «колос», не вызывает иных смысловых образов, в этой связи можно говорить о семантическом сходстве сравниваемых знаков;

- товарные знаки сходны по графическому признаку, так как выполнены буквами русского алфавита, товарные знаки по свидетельствам №№882568, 457483 являются словесными, выполнены стандартным шрифтом, не имеют цветового исполнения, что позволяет говорить о том, что знаки производят на потребителей общее зрительное впечатление и являются сходными по графическому признаку;

- оспариваемые товары 32 класса МКТУ «вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусли виноградно-неферментированное; сусли пивные; сусли солодовые; экстракты хмелевые для

изготовления пива», товары 33 класса МКТУ «аперитивы; вина; вино из виноградных выжимок; водка вишневая; дижестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; ликеры; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки спиртовые; напиток медовый [медовуха]; настойки горькие; экстракты спиртовые» однородны товару 32 класса МКТУ «пиво», в отношении которого зарегистрированы противопоставленные товарные знаки, поскольку они относятся к родовой группе «алкогольные напитки», «ингредиенты для приготовления алкогольных напитков»;

- учитывая высокую степень сходства сравниваемых товарных знаков и высокую степень однородности товаров, в отношении которых зарегистрированы сравниваемые знаки, можно говорить об угрозе смешения этих средств индивидуализации в глазах потребителя;

- лицо, подавшее возражение, использует товарный знак «КОЛОС», что подтверждается широкими поставками пива «КОЛОС» третьим лицам, позиционирует его на своём официальном сайте, в официальной группе Вконтакте, на сайтах;

- такое широкое использование говорит об узнаваемости и известности потребителям товарного знака «КОЛОС», что увеличивает возможность смешения потребителями сравниваемых знаков;

- заключение специалиста № 13/Л/02/25 не может быть принято во внимание коллегией, так как выполнено специалистом-лингвистом, представляет собой субъективное мнение специалиста, при этом специалист-лингвист не знает правила и методологию сравнения обозначений на установление их сходства до степени смешения;

- приведенное заключение № 94-2025 от 23.04.2025 не свидетельствует об отсутствии сходства до степени смешения между оспариваемым знаком и товарными знаками лица, подавшего возражение;

- в рамках социологического опроса респондентам предлагалось сравнить со знаками лица, подавшего возражение, не только оспариваемый словесный знак «Разливной колос», но и комбинированный знак по свидетельству №927019, в этой

связи непонятно, зачем необходимо сравнивать комбинированный знак с товарными знаками лица, подавшего возражение, так как он не является предметом рассмотрения настоящего возражения;

- в отзыве АНО «Левада-Центр» на социологический опрос, представленный правообладателем спорного товарного знака, подробно перечислены недостатки данного социологического опроса;

- приведенные лицом, подавшим возражение, в качестве примеров товарные знаки, содержащие слово «колос», принадлежат различным производителям и не образуют серию знаков одного и то же лица;

- правообладателем не приведено никаких доказательств того, что потребители воспринимают обозначение «Разливной колос» в отношении напитков как фантазийное обозначение;

- недостатки представленного правообладателем социологического опроса были выявлены специализированной социологической организацией в пределах своей компетенции;

- качество данных, полученных в ходе анализируемого опроса, не соответствует исследовательским целям, которые отражены в заключении №94-2025, так как выборка, методология исследования и опросный инструментарий содержат серьёзные методологические и содержательные нарушения.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №882568 недействительным в отношении товаров 32 класса МКТУ «вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; экстракты хмелевые для изготовления пива», товаров 33 класса МКТУ «аперитивы; вина; вино из виноградных выжимок; водка вишневая; джестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; ликеры; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки спиртовые; напиток медовый [медовуха]; настойки горькие; экстракты спиртовые».

К материалам дела были приложены следующие документы:

- выписки на товарные знаки по свидетельствам №№457483, 440955, 436704 [1];
- выписка на товарный знак по свидетельству №882568 [2];
- скриншоты, подтверждающие использование знаков «КОЛОС» Акционерным обществом «БРЯНСКПИВО» [3];
- документы, подтверждающие поставку пива «КОЛОС» третьим лицам [4];
- скриншот сайта dic.academic.ru по слову «разливной» [5];
- скриншот сайта dic.academic.ru по слову «колос» [6];
- постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 26.07.2019 по делу №СИП-803/2018 [7];
- решение Суда по интеллектуальным правам от 11.12.2020 по делу №СИП-641/2020 [8];
- решение Суда по интеллектуальным правам от 16.11.2015 по делу №СИП-362/2015 [9];
- постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 18.06.2013 №2050/13 [10];
- скриншоты сайта bryanskpivo.ru [11];
- скриншоты Интернет-страниц по поисковому запросу «разливной колос пиво» [12];
- скриншоты Интернет-страниц [13];
- отзыв на заключение № 94-2025 от 23.04.2025 [14];
- ответ № 27 от 01.11.2025 на комментарии Лаборатории социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН [15].

Правообладатель товарного знака по свидетельству №882568, в установленном порядке ознакомленный с материалами возражения, представил отзыв по мотивам возражения, доводы которого сводятся к следующему:

- спорный товарный знак выполнен в одну строку буквами одинакового шрифта, оба слова согласуются между собой грамматически и по смыслу, то есть товарный знак является словосочетанием;

- ссылки лица, подавшего возражение, на товарные знаки, в которых слово «разливной» было исключено из правовой охраны, не имеют отношения к делу, потому что в этих знаках слово «разливное» непосредственно указывает (связано) с видом товара (разливные напитки, разливное пиво);

- в оспариваемом товарном знаке слово «разливной» не характеризует товар и является охраноспособным элементом обозначения;

- визуальные различия знаков определяются в силу разного количества слов, разницы между словами, входящими в состав знаков, а также тем, что товарные знаки по свидетельствам №№436704, 440955 представляют собой этикетки, выполнены в яркой цветовой гамме, слова выполнены оригинальным шрифтом;

- по семантическому критерию сравниваемые знаки также различны, поскольку колос не обладает свойством текучести, словосочетание «разливной колос» придаёт знаку в целом нереальные свойства, формируя в сознании потребителя фантазийный образ;

- ассоциативный ряд, вызываемый знаками у потребителя, также совершенно различен в силу того, что товарный знак представляет собой фантазийное словосочетание, тогда как слово «колос» - простое наименование вида соцветия;

- оспариваемый товарный знак вызывает совершенно иные, нереальные ассоциации;

- ссылки на судебные акты относятся к иным товарным знакам и не относятся к настоящему возражению;

- отсутствие сходства знаков до степени смешения по нормативно установленным критериям подтверждается заключением специалиста №13/Л/02/25;

- в совокупности с имеющимися фонетическими и визуальными различиями, смысловые различия исключают опасность смешения знаков потребителями;

- довод лица, подавшего возражение, о наличии у него серии товарных знаков, объединённых словом «колос» сам по себе также не подтверждает возможность смешения сравниваемых знаков потребителями;

- слово «колос» входит в состав товарных знаков разных лиц, при этом зарегистрированные товарные знаки представляют собой или включают в качестве

словесных элементов такие словосочетания, как «ПШЕНИЧНЫЙ КОЛОС», «ЯЧМЕННЫЙ КОЛОС», «КОЛОС СИБИРИ», «ЭЛИТНЫЙ КОЛОС», «РУССКИЙ КОЛОС», «АЛТАЙСКИЙ КОЛОС»;

- регистрация товарного знака «ВОЛЬНЫЙ КОЛОС» по свидетельству №960309 была произведена без направления заявителю каких-либо уведомлений о наличии сходных знаков, включая знаки лица, подавшего возражение;

- слово «колос» входит в состав товарных знаков, образует серию знаков не только лица, подавшего возражение, но и других лиц («ПШЕНИЧНЫЙ КОЛОС», «ЯЧМЕННЫЙ КОЛОС»), поэтому нельзя утверждать, что слово «колос» ассоциируется только с лицом, подавшим возражение;

- ссылка на товарный знак № 927019 не имеет отношения к делу, поскольку ответ на уведомление экспертизы по данной заявке не подавался, а кроме того, товарный знак № 927019 имеет существенные отличия от товарного знака по данному делу;

- отсутствие сходства до степени смешения товарных знаков подтверждается и выводами заключения № 94-2025 от 23.04.2025, подготовленного по результатам социологического опроса, который прилагается к отзыву;

- данные социологического исследования указывают на отсутствие социологических признаков сходства до степени смешения между сравниваемыми обозначениями;

- подавляющее большинство потребителей полагают, что товары под тестируемыми обозначениями производятся разными компаниями, в целом не ассоциируются между собой, не могут принять тестируемые обозначения друг за друга;

- по всем индикаторам доля выбравших варианты, указывающие на наличие смешения, не превышает пороговое значение в 20%;

- полученные данные в сумме свидетельствуют об отсутствии на сегодняшний день социологических признаков сходства до степени смешения между обозначениями;

- критика лица, подавшего возражение, относительно выводов лингвистического заключения неосновательна;

- критика на отзыв представленного правообладателем социологического исследования не может приниматься во внимание, поскольку лицо, подавшее возражение, не является специалистом в области социологии;

- лицо, подавшее возражение, не воспользовалось своим правом и возможностью в рамках его подготовки провести социологическое исследование, которое соответствовало бы его представлениям об объективности;

- правообладателем приводятся примеры судебных актов по иным товарным знакам, которые подтверждают позицию правообладателя о том, что слово «разливной» не может являться как уточняющее или характеризующее слово к слову «колос».

На основании изложенного, правообладателем выражена просьба оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №882568.

В подтверждение изложенных доводов правообладателем представлены следующие материалы:

- регистрации товарных знаков, содержащие элемент «колос» [16];

- сведения из сети Интернет о присутствии на рынке товаров, маркируемых товарными знаками, включающими слово «колос» [17];

- заключение № 94-2025 от 23.04.2025 Лаборатории социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН [18];

- заключение специалиста №13/Л/02/25 [19];

- комментарии ФНИСЦ РАН на отзыв АНО «Левада-Центр» [20].

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия считает доводы возражения убедительными.

С учетом даты (23.12.2021) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003 №32, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской

Федерации 25.03.2003, рег. №4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарным и знаками других лиц, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации, товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющим более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил 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, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам. 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. 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. 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).

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом.

По мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с серией товарных знаков по свидетельствам №№457483, 440955, 436704, содержащих основной индивидуализирующий элемент «КОЛОС», зарегистрированных на имя АО «БРЯНСКПИВО». Лицом, подавшим возражение, представлены документы об использовании указанных товарных знаков при маркировке товаров «пиво» [3-4]. Изложенное свидетельствует о заинтересованности данного лица в подаче настоящего возражения по основаниям, предусмотренным пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №882568 представляет собой словесное обозначение «Разливной колос», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №457483 представляет собой словесное обозначение «КОЛОС», выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 32 класса МКТУ «пиво».

Противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№440955, 436704



представляют собой комбинированные обозначения «», «», выполненные в виде этикеток светло-желтого и светло-бежевого тонов, на фоне которых в верхней части расположен словесный элемент «КОЛОС», выполненный буквами русского алфавита стандартным шрифтом. Чуть ниже расположен изобразительный элемент в виде стилизованного изображения колоса пшеницы. В нижней части обозначения помещены словесные элементы «Светлый» и «Крепкий», выполненные оригинальным шрифтом буквами русского алфавита, которые являются неохраняемыми элементами обозначений. Правовая охрана товарным знакам предоставлена в отношении товаров 32 класса МКТУ «пиво».

Анализ оспариваемого товарного знака на тождество и сходство с противопоставленными товарными знаками показал следующее.

Оспариваемый товарный знак содержит в своем составе словосочетание «Разливной колос», при этом именно существительное «колос» является главным членом в соответствующем словосочетании, поскольку на него падает логическое ударение и он определяет его основной смысл. Слово «разливное» выступает в роли дополнения (уточнения) к существительному «колос» и по правилам русского языка является зависимым от данного существительного. С учетом того, что слово «разливной» предназначено для маркировки напитков, а также ингредиентов для изготовления напитков, прилагательное «разливной» следует признать слабым элементом обозначения. В свою очередь элемент «колос» является оригинальным,

наиболее сильным элементом обозначения. Коллегия также указывает, что в оспариваемом товарном знаке словесные элементы не образуют устойчивого словосочетания, следовательно, смысловое содержание этого словосочетания определяется существительным «колос».

Основная индивидуализирующая функция противопоставленных товарных знаков обеспечивается их «сильными» словесными элементами «КОЛОС», ввиду того, что словесные элементы «Светлый» и «Крепкий» являются неохраноспособными элементами обозначения. Словесный элемент «КОЛОС» положен в основу как основной элемент обозначения, образующий серию противопоставленных товарных знаков.

Сравнительный анализ оспариваемого и противопоставленных товарных знаков показал, что они являются сходными между собой в целом, поскольку включают фонетически и семантически тождественный словесный элемент «Колос»/«КОЛОС». Слово «Колос» означает «1) соцветие, в котором сидячие цветки или колоски расположены вдоль конца стебля; 2) такое соцветие хлебного злака (сложный колос) (см. Интернет, словари, <https://dic.academic.ru>; Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, 1949-1992).

Определение «Разливной», как было отмечено выше, по отношению к алкогольным и безалкогольным напиткам является слабым элементом обозначения, не изменяет смыслового значения основного существительного (слова «колос») и не создает качественно нового уровня восприятия, отличного от восприятия, создаваемого словом «колос». В связи с чем наличие в оспариваемом товарном знаке прилагательного «Разливной» не приводит к выводу об отсутствии его сходства с серией противопоставленных товарных знаков.

Также согласно позиции Суда по интеллектуальным правам, сформулированной по ряду 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.

Что касается визуального критерия сходства, то оспариваемый и противопоставленный товарный знак по свидетельству №457483 являются словесными и выполнены стандартным шрифтом буквами русского алфавита, что сближает их графически. Противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№440955, 436704 являются комбинированными и содержат в своем составе графические элементы, которые придают им визуальные отличия от оспариваемого знака. Вместе с тем словесные элементы «Разливной колос» и «КОЛОС» оспариваемого и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№440955, 436704 выполнены буквами русского алфавита, следовательно, данные знаки имеют признаки визуального сходства.

С учетом вышеизложенного, оспариваемый и противопоставленные ему товарные знаки признаются сходными друг с другом в целом, ассоциируются между собой за счет фонетического и семантического тождества словесных элементов «Колос»/«КОЛОС», несмотря на отдельные графические отличия.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

Сопоставительный анализ однородности испрашиваемых в возражении товаров 32 класса МКТУ «вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое», товаров 33 класса МКТУ «аперитивы; вина; вино из виноградных выжимок; водка вишневая; джестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; ликеры; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки спиртовые; напиток медовый [медовуха]; настойки горькие; экстракты спиртовые» и товаров 32 класса МКТУ «пиво», указанных в перечнях противопоставленных товарных знаков, показал, что они являются однородными, так как сравниваемые товары относятся к одной родовой группе «алкогольные напитки», имеют одно назначение

(употребление в процессе досуга, достижение состояния алкогольного опьянения), одинаковый круг потребителей (лица, старше 18 лет) и условия реализации (расположены в одном отделе в магазине (отдел алкогольных напитков) или продаются в одних специализированных алкогольных магазинах). Сравнимые товары дополняют друг друга, также в некоторых случаях могут заменять друг друга (в зависимости от наличия в магазине конкретного товара).

Испрашиваемые в возражении товары 32 класса МКТУ «сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; экстракты хмелевые для изготовления пива», относящиеся к ингредиентам для составления алкогольной и слабоалкогольной продукции, включая пиво, также следует признать однородными с товарами 32 класса МКТУ «пиво», приведенными в перечнях противопоставленных товарных знаков.

В отношении анализа однородности товаров 32, 33 классов МКТУ, для которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки, коллегия учитывала, что вероятность смешения сравниваемых знаков определяется исходя из степени сходства знаков и степени однородности товаров. 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 (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда). В рассматриваемом случае была установлена высокая степень сходства сравниваемых знаков, а также высокая степень однородности сравниваемых товаров 32, 33 классов МКТУ, что может привести к высокой вероятности смешения данных товаров, маркированных сравниваемыми знаками, в гражданском обороте.

С учетом вышеизложенного, оспариваемый знак признается сходным до степени смешения с противопоставленными ему знаками в отношении вышеуказанных однородных товаров 32, 33 классов МКТУ и, следовательно, не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Следует указать, что правообладатель спорной регистрации обладает



исключительными правами на товарный знак «РАЗЛИВНОЙ КОЛОС» по свидетельству №927019 в отношении товаров 32 класса МКТУ «квас; напитки безалкогольные; напитки на базе меда безалкогольные» с исключением из правовой охраны словесного элемента «разливной». При экспертизе данного обозначения, включающего словосочетание «разливной колос», в рамках пункта 6 статьи 1483 Кодекса были противопоставлены товарные знаки по свидетельствам №№457483, 440955, 436704, признанные сходными до степени смешения в отношении алкогольной и слабоалкогольной продукции, а также ингредиентов для их составления.

Таким образом, коллегией был применен аналогичный подход к сходству оспариваемого товарного знака с противопоставленными товарными знаками.

Что касается примеров регистраций со словесным элементом «Колос» и «разливной», представленных сторонами спора, то оценка их сходства не входит в предмет рассмотрения настоящего возражения. Делопроизводство по каждому знаку ведется отдельным независимым порядком с учетом обстоятельств каждого конкретного дела.

Представленное правообладателем спорного товарного знака заключение специалиста № 13/Л/02/25 [19] не может быть принято во внимание, поскольку является частным мнением специалиста-лингвиста. При этом заключение специалиста-лингвиста не основано на применении правил и методологии, применяемых при определении сходства сравниваемых обозначений. Следует также указать, что данное исследование проводилось в отношении словесных элементов «колос» и «разливной колос», а не в отношении сопоставляемых товарных знаков.

В подтверждение довода об отсутствии смешения сравниваемых средств индивидуализации правообладатель представил заключение по результатам социологического опроса, проведенного ФНИСЦ РАН [18], согласно которому оспариваемый и противопоставленные знаки не являются сходными. Однако заключение [18] содержит ряд существенных недостатков, которые не позволяют

признать сделанные в нем выводы объективными. Указанные недостатки отражены, в том числе в отзыве на заключение [14] АНО «Левада-Центр», представленном лицом, подавшим возражение. В отзыве подробно перечислены недостатки социологического опроса: опрос проведён на малоизвестной панели “oprosi.online”, у которой отсутствует информация о прохождении соответствующих сертификаций; нет указания на распределение опрошенных по географии, выборка реализована со смещением; отсутствует конкретная информация, подтверждающая репрезентативность выборки и ее социально-демографическое разнообразие; неадекватная реализация отбора респондентов в анкете; обозначения исследуются без привязки к категории товаров; в анкете используется наводящий характер вопросов. Более того, АНО «Левада-Центр» указывало на то, что качество данных, полученных в ходе анализируемого опроса, не соответствует исследовательским целям, которые отражены в представленном заключении, так как выборка, методология исследования и опросный инструментарий содержат серьезные методологические и содержательные нарушения. Выводы заключения являются несостоятельными вследствие их манипулятивности, а также не соответствуют поставленным задачам и исследовательским целям. В свою очередь правообладателем были представлены комментарии ФНИСЦ РАН [20], в которых указывалось, что замечания АНО «Левада-Центр» не являются обоснованными и соответствующими действительности, а критика на заключение является нелогичной, необъективной и предвзятой.

Следует указать, что, несмотря на представленные документы [18, 14, 20], отражающие, в том числе мнение потребителей, коллегия при установлении сходства до степени смешения оспариваемого товарного знака с противопоставленными товарными знаками руководствовалась законодательством в области охраны товарных знаков, в связи с этим у коллегии есть все основания полагать, что оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 09.12.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №882568 недействительным в отношении товаров 32 класса МКТУ «вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; экстракты хмелевые для изготовления пива», товаров 33 класса МКТУ «аперитивы; вина; вино из виноградных выжимок; водка вишневая; дижестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; ликеры; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки спиртовые; напиток медовый [медовуха]; настойки горькие; экстракты спиртовые».