


**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 16.07.2024, поданное Акционерным обществом "Московский пиво-безалкогольный комбинат "ОЧАКОВО", Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023713403 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2023713403, поданной 22.02.2023, испрашивалось на имя заявителя в отношении товаров 32 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение



«» в цветовом сочетании: «фуксиево-красный, темно-фуксиево-красный, белый» с указанием элемента «CHERRY» в качестве неохраняемого элемента.

Роспатентом 24.05.2024 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023713403 в отношении всех товаров 32 класса МКТУ, указанных в перечне. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что в отношении всех товаров 32 класса МКТУ заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений

пунктов 1, 3 (1), 6 (2) статьи 1483 Кодекса. Заключение по результатам экспертизы мотивировано следующим:

- в результате проведения экспертизы комбинированного обозначения, заявленного в отношении товаров 32 класса МКТУ, установлено, что входящий в его состав словесный элемент «CHERRY» («Cherry» - в переводе с английского языка на русский язык – вишня; черешня (плод), см. Большой англо-русский словарь АБВУ Lingvo. Русский язык-Медиа. М. 2006, Интернет-словари <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/cherry> и др.) и указанный заявителем в качестве неохраняемого, с учетом семантического значения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса является таковым только для части заявленных товаров 32 класса МКТУ *«аперитивы безалкогольные; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; квас, в том числе, квас с нетрадиционным вкусом, достигаемым за счет добавления соков, эссенций и ароматизаторов; коктейли безалкогольные и напитки безалкогольные смешанные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки деалкоголизированные; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на основе минеральных вод, в том числе, газированные; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки освежающие безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом фруктов, ягод и/или других растительных составляющих безалкогольные; напитки тонизирующие безалкогольные [не для медицинского применения]; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; смузи [напитки на базе фруктовых смесей]; соки фруктовые, ягодные, а также напитки с незначительным содержанием фрагментов фруктов, ягод и других растительных компонентов [напитки]; шенди»*, поскольку не обладает различительной способностью, так как указывает на свойства товаров;
- в отношении другой части заявленных товаров 32 класса МКТУ заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, так как способно ввести в заблуждение потребителя относительно состава (свойств) товаров. Поскольку входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «CHERRY» («Cherry» - в переводе с английского языка на русский язык – вишня; черешня (плод) / см. Большой англо-русский словарь АБВУ Lingvo. Русский язык-Медиа. М. 2006, Интернет-словари <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/cherry> и др.) указывает на состав (свойство) части заявленных товаров, то его регистрация не

может быть произведена в отношении части заявленных товаров 32 класса МКТУ, поскольку будет вводить потребителя в заблуждение относительно состава (свойств) товаров;

- ссылка заявителя на другие регистрации товарных знаков не может быть принята во внимание, поскольку решение по рассматриваемой заявке принимается с учетом всех обстоятельств и документов, относящихся к рассматриваемой заявке;

- заявленное обозначение сходно до степени смешения с серией (блоком) товарных знаков (знаков обслуживания), зарегистрированных на имя «The Coca-Cola Company, a Delaware corporation», One Coca-Cola Plaza, Atlanta, Georgia 30313, в отношении однородных товаров 32 класса МКТУ (свидетельства № 847445



(« **СОСА-COLA МАГИЯ МОМЕНТА** »), с приоритетом от 17.09.2021, № 823739 («

приоритетом от 29.07.2020, № 769988 (« **СОСА-COLA FREESTYLE** »), с приоритетом от

15.01.2020, № 747060 (« **СОСА-COLA Будь Сантой** »), с приоритетом от 25.07.2019, № 721112

(« **VANILLA СОСА-COLA** »), с приоритетом от 19.12.2018, № 636387

(« **ГДЕ ЕДА - ТАМ СОСА-COLA** »), с приоритетом от 13.09.2016, № 636334

(« **ГДЕ ИГРЫ - ТАМ СОСА-COLA** »), с приоритетом от 05.09.2016, № 636333

(« **ГДЕ МУЗЫКА - ТАМ СОСА-COLA** »), с приоритетом от 05.09.2016, № 620472

(« **СОСА-COLA CLASSIC** »), с приоритетом от 05.04.2016, № 618201

(« **СОСА-COLA МИР ФУТБОЛА** »), с приоритетом от 03.02.2016, № 613668





(« **БОЛЕЙ ФУТБОЛОМ! ПЕЙ СОСА-COLA!** »), с приоритетом от 03.02.16, № 572088 («




приоритетом от 24.03.2015, № 581010 («



№ 583945 («»), с приоритетом от 24.03.2015, № 572087 («»), с



приоритетом от 24.03.2015, № 525808 («»), с приоритетом от 19.08.2013,



продлен до 19.08.2033, № 539162 («»), с конвенционным приоритетом от 14.08.2013, срок действия регистрации продлен до 10.02.2034,



№ 421915 («»), с приоритетом от 11.01.2010, продлен до 11.01.2030,



№ 420538 («»), с приоритетом от 18.12.2009, продлен до 18.12.2029,



**Кока-Кола**

№ 414545 («**Зеро**»), с приоритетом от 22.10.2009, продлен до 22.10.2029,


**Зеро**

№ 401655 («**Соса-Сола идет в дом**»), с приоритетом от 20.03.2009,

**Соса-Сола идет в дом**

продлен до 20.03.2029, № 405119 («**Дома лучше (с Соса-Сола)!**»), с

**Дома лучше (с Соса-Сола)!**

приоритетом от 20.03.2009, продлен до 20.03.2029, № 405391 («»), с




приоритетом от 20.03.2009, продлен до 20.03.2029, № 394258 («**COCA-COLA OPEN HAPPINESS**»),

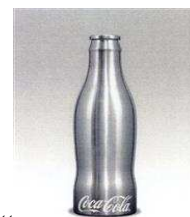
**COCA-COLA OPEN HAPPINESS**


с приоритетом от 08.12.2008, продлен до 08.12.2028, № 353327 («»), с






приоритетом от 16.04.2007, продлен до 16.04.2027, № 353952 («»), с приоритетом от 05.03.2007, продлен до 05.03.2027, № 321505 («**COCA-COLA ZERO**»), с приоритетом от 24.10.2005, продлен до 24.10.2025, № 316262 («**На дачу-Coca-Cola в придачу!**»), с приоритетом от 19.09.2005, продлен до 19.09.2025, № 314509 («**Coca-Cola по пути!**»), с




приоритетом от 15.09.2005, продлен до 15.09.2025, № 312293 («»), с приоритетом от 22.07.2005, продлен до 22.07.2025, № 307389 («**Все будет...Coca-Cola!**»), с приоритетом от 20.06.2005, продлен до 20.06.2025,



№ 305145 («»), с приоритетом от 29.04.2005, продлен до 29.04.2025, № 304340 («**COCA-COLA MAQIO**»), с конвенционным приоритетом от 05.10.2004, продлен до 04.04.2025, № 306641 («**COCA-COLA. ВЫБЕРИ СПОРТ**»), с приоритетом от 18.03.2005, продлен до 18.03.2025, № 306548 («**COCA-COLA C2**»), с конвенционным приоритетом от 29.03.2004, продлен до 08.07.2034, № 276675 («**Оле Coca-Cola!**»), с приоритетом от 15.09.2003, продлены до 15.09.2033,



№ 263120 («»), с конвенционным приоритетом от 01.08.2002, продлен

до 22.01.2033, № 247205 («**Черри Кока-Кола**»), с приоритетом от 27.08.2002, продлен до 27.08.2032, № 237184 («**Кока-Кола, настоящий вкус праздника**»), с приоритетом от 27.04.2001, продлен до 27.04.2031, № 219611 («**Кока-Кола лайт**»), с приоритетом



от 06.03.2001, продлен до 06.03.2031, № 222842 («

**Живи футболом  
Дыши футболом  
Пей Coca-Cola**

03.11.2000, продлен до 03.11.2030, № 167235 («



14.03.1997, продлен до 14.03.2027, № 163410 («



27.01.1997, продлен до 27.01.2027, № 151376 («



20.11.1992, продлен до 20.11.2032, № 35217 («



приоритетом от 25.05.1967, продлен до 25.05.2027, № 30787 («



приоритетом от 02.07.1965, продлен до 02.07.2025, № 92294 («



приоритетом от 25.01.1990, продлены до 25.01.2030, № 92293 («

приоритетом от 25.01.1990, продлены до 25.01.2030, № 79360

(«**CHERRY COCA-COLA**»), с приоритетом от 25.07.1985, продлен до 25.07.2025,



№ 242 («




общеизвестным товарным знаком «Coca-Cola» («

зарегистрированным под № 5, признанный общеизвестным с 01.01.1996,

международной регистрацией № 1454482 («**COCA-COLA ENERGY**»), с



конвенционным приоритетом от 16.10.2018, № 1453732 («»), с конвенционным приоритетом от 16.10.2018;

- противопоставление по заявке № 2023704272 снято, в связи с принятием по ней решения об отказе в государственной регистрации обозначения в качестве товарного знака. Противопоставление по свидетельству № 278594 снято, в связи с истечением срока действия исключительного права на товарный знак. Противопоставление по свидетельству № 538694 снято, в связи с истечением срока действия исключительного права на товарный знак;

- экспертизой установлено сходство до степени смешения сравниваемых обозначений по графическому критерию оценки сходства обозначений. При оценке сходства изобразительных элементов заявленного обозначения и противопоставленной серии (блока) товарных знаков (знаков обслуживания) очевидно их сходство до степени смешения по общему зрительному впечатлению, поскольку сравниваемые обозначения имеют общую цветовую гамму, в которой выполнены сравниваемые обозначения, сходное расположение графических элементов, а именно, расположенные в центре сравниваемых обозначений сферические окружности, а также тождественное расположение в составе обозначений словесных элементов выполненных в одном цвете.

- при сопоставительном анализе заявленного комбинированного обозначения и противопоставленной серии (блока) товарных знаков (знаков обслуживания) очевидно их сходство до степени смешения по графическому критерию оценки сходства обозначений, обусловленному графическим сходством сравниваемых заявленного обозначения и серии (блока) товарных знаков (знаков обслуживания), что при одновременном использовании обозначений в гражданском обороте способно вызвать у потребителя ложное представление о принадлежности заявленного обозначения правообладателю противопоставленной серии (блока) товарных знаков (знаков обслуживания), а все товары 32 класса МКТУ заявленного перечня квалифицируются экспертизой как однородные товарам 32 класса МКТУ, для которых зарегистрирована



противопоставленная серия (блок) товарных знаков (знаков обслуживания), поскольку имеют одинаковые род (вид) товаров, условия реализации, назначение, круг потребителей.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 16.07.2024 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 24.05.2024.

Доводы возражения, поступившего 16.07.2024, а также последующих дополнений к нему сводятся к следующему:

- в возражении приведены выдержки из действующего законодательства, рекомендаций, правоприменительной практики;
- ранее Роспатентом уже была предоставлена правовая охрана товарным знакам по

свидетельствам № 900474 (), 900461 () и 915578

()», № 1024195 () соответственно, в отношении товаров 32 класса МКТУ, при этом тождественному словесному элементу «COOLCOLA» во всех трех товарных знаках была предоставлена правовая охрана. Товарные знаки были зарегистрированы на имя заявителя. В связи с тем, что они объединены одним общим словесным элементом – то они образуют серию товарных знаков. Словесные элементы, входящие как в состав вышеуказанных товарных знаков и заявленного обозначения, являются полностью тождественными.

- зарегистрированный товарный знак по свидетельству № 1024195 и заявленное обозначение по заявке № 2023713403 имеют схожее графическое исполнение и композиционное строение, что также прослеживается и из практически тождественного текста уведомлений о соответствии заявленных обозначений требованиям законодательства. Следовательно, и решения должны были быть схожими между собой с поправкой на разное цветовое выполнение фона обозначений, а также наличием словесных элементов «VANILLA» и «CHERRY», которые в обоих случаях были признаны неохраняемыми;



- согласно существующей судебной практике, органы государственной власти обязаны осуществлять возложенные на них функции с учетом принципа защиты законных ожиданий (см. судебную практику по делу № СИП-422/2020);
- заявитель уже является правообладателем серии товарных знаков со словесным элементом «COOLCOLA», следовательно, заявленное обозначение должно быть зарегистрировано, в отношении товаров 32 класса МКТУ. Отказ в регистрации будет противоречить наличию ранее зарегистрированных товарных знаков по свидетельствам №№ 900474, 900461, 915578, 1024195;
- заявленное обозначение имеет существенные фонетические отличия с противопоставленными товарными знаками (в обоих случаях существенно различаются расположение и состав первых звуков «к-о-к-а» и «к-у-л»);
- заявленное обозначение состоит из 7 звуков, а сравниваемый словесный элемент противопоставленных знаков составляет 8 звуков. Таким образом, разница с 4 звуками противопоставленных товарных знаков, а также разница в произношении начальных звуков является существенной. Наличие дополнительных словесных элементов помимо слов «Coca-Cola» в противопоставленных товарных знаках только усиливают отличия между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками;
- в противопоставленных знаках слова «Кока» и «Кола» могут быть восприняты как наименование растения (см. Словарь иностранных слов). Заявленное обозначение имеет слитное написание и будет восприниматься как одно неделимое фантазийное слово. Изложенное свидетельствует о разном смысле, заложенном в сравниваемые обозначения, и они не могут быть признаны сходными по семантическому критерию сходства;
- заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки производят разное общее зрительное впечатление и не ассоциируются друг с другом в целом, что свидетельствует об отсутствии сходства между ними;
- словесный элемент «COOLCOLA» является самостоятельной лексической единицей и воспринимается потребителем как единое целое в конкретном товарном знаке с учетом специфики его расположения в нем и обстоятельств использования;


- словесный элемент «COOLCOLA» в заявленном обозначении выполнен в одну строку, без пробелов, буквами одинакового размера и одного и того же (латиница) алфавита, в одинаковой графической манере одного и того же (белого) цвета. Следовательно, анализу подлежит именно словесный элемент «COOLCOLA», которое входит в обозначение, а не его отдельные элементы (приведены ссылки на судебные акты №№ СИП-564/2019, СИП-137/2019, СИП-987/2020, СИП-580/2021, СИП-605/2021 и т.д.);


- несмотря на однородность сравниваемых товаров 32 класса МКТУ отсутствует реальная возможность смешения указанных товарных знаков потребителем, и они не могут быть восприняты потребителями как товары, принадлежащие одному производителю;

- с учетом сокращения заявленного перечня товаров 32 класса МКТУ спорными остались следующие товары 32 класса МКТУ «вода газированная; напитки со вкусом кофе, чая, пряностей». Заявителем приведены определения в отношении понятий «вода», «напитки безалкогольные» со ссылками на ГОСТ 28188-2014 «Напитки безалкогольные. Общие технические условия»;

- наличие словесного элемента «Cherry» в целом никак не влияет на технологию производства и не исключает существование конкретных напитков, которые могут быть охарактеризованы как «воды» или «напитки с конкретными вкусовыми добавками». Одновременно с этим, напитки со вкусом кофе, чая, пряностей безалкогольные напитки характеризуются именно наличием каких-либо ароматизаторов или иных добавок;

- заявителем приведены сведения о том, что ранее Роспатентом были зарегистрированы товарные знаки, содержащие словесные или изобразительные

элементы, представляющие собой фрукты (например, товарный знак «» по

свидетельству № 666084, товарный знак «» по свидетельству № 705553 и т.д.);

- Роспатент уже предоставлял правовую охрану в отношении большей части спорных товаров 32 класса МКТУ, зарегистрированных на разных лиц, при наличии словесного элемента «CHERRY»;
- заявитель реализует продукцию с использованием обозначения «COOLCOLA» и «COOL COLA» в различных субъектах Российской Федерации (более чем в 70 субъектах). При этом реализация указанной продукции осуществляется, в том числе в таких гипермаркетах как: Атак, Ашан, Гипер Глобус, Дикси, а также на маркетплейсах и т.п. Указанные обстоятельства подтверждают высокий уровень осведомленности целевой аудитории соответствующих товаров о заявленном обозначении;
- при вводе в поисковой строке в указанных торговых площадках словесных элементов «COOLCOLA» какой-либо иной продукции, кроме товаров АО МПБК «Очаково» результат поисков не дает, что говорит о широкой известности указанного обозначения по отношению к производителю, высокой осведомленности потребителей о соответствующей продукции, и стойкой ассоциативной связью именно с АО МПБК «Очаково»;
- АО МПБК «Очаково» проводило активную рекламную кампанию, направленную на продвижение продукции «COOL COLA» и «COOLCOLA» (приведены сведения о рекламной интеграции);
- общие затраты на рекламу и на продвижение продукции, маркированной обозначением «COOL COLA» за период с 2022 по 2024 гг. были существенные: за 2022 г. - 361 492 864 руб., за 2023 г. - 894 073 045 руб., с января по июнь 2024 г. – 243 796 264 рублей. За период с 2022 по июнь 2024 года затраты на рекламу и продвижение продукции «COOL COLA» составили более миллиарда рублей (размещение рекламы в метро, на ТВ, оплата рекламных услуг информационного характера, размещение рекламных роликов в торговых центрах, продвижение в маркетплейсах ОЗОН, ЯНДЕКС, Самокат; продвижение, в том числе с использованием известных медийных лиц: Ольга Бузова, Егор Крид и т.д.);
- известность заявителя и используемого словесного элемента «COOLCOLA» подтверждается поисковыми запросами в сети Интернет (Яндекс, Google). Поисковый запрос указывает на соответствующую продукцию и заявителя;

- заявленное обозначение активно используется для товаров 32 класса МКТУ, а также широко известно российскому потребителю и имеет стойкую ассоциативную связь именно с заявителем, что усиливает и подтверждает отсутствие сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарными знаками.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента об отказе в государственной регистрации и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2023713403 в отношении скорректированного перечня товаров 32 класса МКТУ *«аперитивы безалкогольные; вода газированная; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; квас, в том числе, квас с нетрадиционным вкусом, достигаемым за счет добавления соков, эссенций и ароматизаторов; коктейли безалкогольные и напитки безалкогольные смешанные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки деалкоголизированные; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на основе минеральных вод, в том числе, газированные; напитки обогащенные протеем спортивные; напитки освежающие безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе, чая, пряностей, фруктов, ягод и/или других растительных составляющих безалкогольные; напитки тонизирующие безалкогольные [не для медицинского применения]; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; соки фруктовые, ягодные а также напитки с незначительным содержанием фрагментов фруктов, ягод и других растительных компонентов [напитки]; шенди».*

В подтверждение своих доводов заявителем были представлены следующие материалы:

- решение Роспатента от 24.05.2024 г. об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023713403 – (1);
- ГОСТ 28188-2014 «Напитки безалкогольные. Общие технические условия» – (2);
- примеры предложений к продаже напитков «COOLCOLA» и «COOL COLA» в различных торговых сетях – (3);
- рекламные интеграции продукции «COOLCOLA» и «COOL COLA» – (4);
- справка о затратах на рекламу продукции маркированной «COOLCOLA» и «COOL COLA» за период 2022-2024 гг. – (5);
- результаты поисковых запросов в сети Интернет (Яндекс, Google) по словам «COOL COLA» – (6).

Изучив материалы дела, выслушав присутствующих при рассмотрении возражения, поступившего 16.07.2024, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (22.02.2023) заявки № 2023713403 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя вышеуказанный 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

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

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми терминами;
- 3) 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.

В ходе экспертизы заявленного обозначения устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не обладающим различительной способностью или состоящим только из элементов, указанных в пункте 1 статьи 1483 Кодекса (пункт 34 Правил).

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся сведения, характеризующие товар, материал, сырье, из которого изготовлен товар, а также относятся 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.

Согласно пункту 34 Правил в ходе экспертизы заявленного обозначения устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не обладающим

различительной способностью или состоящим только из элементов, указанных в пункте 1 статьи 1483 Кодекса.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, общепринятые наименования и т.д.

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.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

В соответствии с пунктом 35 Правил указанные в пункте 34 настоящих Правил элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

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 обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается

вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

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

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.

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

- 1) товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию (статья 1492) 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;

2) 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;

3) товарными знаками других лиц, признанными в установленном настоящим Кодексом порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров с даты более ранней, чем приоритет заявленного обозначения.

Согласно требованиям пункта 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.

Согласно требованиям 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.

Согласно пункту 42 Правил 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.

Согласно пункту 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 на регистрацию в качестве товарного знака обозначение



« [1] является комбинированным и содержит изобразительный элемент в виде буквы «С», а также словесных элементов «CHERRY», «COOLCOLA». Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении ограниченного перечня товаров 32 класса МКТУ в цветовом сочетании: «фуксиево-красный, темно-фуксиево-красный, белый».

В заключении по результатам экспертизы указано, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «CHERRY» (в переводе с английского

языка на русский язык – вишня, черешня, вишневый, из вишни, см. электронный словарь: [translate.yandex.ru](http://translate.yandex.ru)) указывает на состав и свойства товаров 32 класса МКТУ ограниченного перечня. В связи с чем, слово «CHERRY» является неохраняемым элементом в соответствии с требованием пункта 1 статьи 1483 Кодекса, что правомерно указано в заключении по результатам экспертизы и заявителем не оспаривается.

В заключении по результатам экспертизы указано, что в отношении иных товаров, не содержащих вишню (черешню) регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака будет способна ввести в заблуждение потребителя относительно состава (свойств) товаров 32 класса МКТУ на основании пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, заявителем был ограничен перечень заявленных товаров 32 класса МКТУ *«аперитивы безалкогольные; вода газированная; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; квас, в том числе, квас с нетрадиционным вкусом, достигаемым за счет добавления соков, эссенций и ароматизаторов; коктейли безалкогольные и напитки безалкогольные смешанные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки деалкоголизированные; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на основе минеральных вод, в том числе, газированные; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки освежающие безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе, чая, пряностей, фруктов, ягод и/или других растительных составляющих безалкогольные; напитки тонизирующие безалкогольные [не для медицинского применения]; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; соки фруктовые, ягодные а также напитки с незначительным содержанием фрагментов фруктов, ягод и других растительных компонентов [напитки]; шенди».*

Все указанные товары могут в том или ином виде содержать вишню (черешню) в качестве ингредиента, в связи с чем, какого-либо недостоверного представления относительно свойств и состава товаров не возникнет. Указанные обстоятельства устраняют основание для отказа в регистрации, предусмотренное требованием пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В качестве противопоставлений в заключении по результатам экспертизы приведены следующие противопоставления товарных знаков: по свидетельству № 847445 (« **COCA-COLA МАГИЯ МОМЕНТА** ») с приоритетом от 17.09.2021, по свидетельству



№ 823739 (« »), с приоритетом от 29.07.2020, по свидетельству № 769988 (« **COCA-COLA FREESTYLE** »), с приоритетом от 15.01.2020, по свидетельству № 747060 (« **COCA-COLA БудьСантой** »), с приоритетом от 25.07.2019, по свидетельству № 721112 (« **VANILLA COCA-COLA** »), с приоритетом от 19.12.2018, по свидетельству № 636387 (« **ГДЕ ЕДА - ТАМ COCA-COLA** »), с приоритетом от 13.09.2016, по свидетельству № 636334 (« **ГДЕ ИГРЫ - ТАМ COCA-COLA** »), с приоритетом от 05.09.2016, по свидетельству № 636333 (« **ГДЕ МУЗЫКА - ТАМ COCA-COLA** »), с приоритетом от 05.09.2016, по свидетельству № 620472 (« **COCA-COLA CLASSIC** »), с приоритетом от 05.04.2016, по свидетельству № 618201 (« **COCA-COLA МИР ФУТБОЛА** »), с приоритетом от 03.02.2016, по свидетельству № 613668 (« **БОЛЕЙ ФУТБОЛОМ! ПЕЙ COCA-COLA!** »), с приоритетом



от 03.02.2016, по свидетельству № 572088 (« »), с приоритетом от 24.03.2015,



№ 581010 (« »), с приоритетом от 24.03.2015, по свидетельству № 583945



(« »), с приоритетом от 24.03.2015, по свидетельству № 572087 (« »), с



приоритетом от 24.03.2015, по свидетельству № 525808 (« »), с приоритетом от





19.08.2013, продлен до 19.08.2033, по свидетельству № 539162 («  
с конвенционным приоритетом от 14.08.2013, срок действия регистрации продлен до



10.02.2034, по свидетельству № 421915 («  
»), с приоритетом от 11.01.2010,



продлен до 11.01.2030, по свидетельству № 420538 («  
приоритетом от 18.12.2009, продлен до 18.12.2029, по свидетельству № 414545

**Кока-Кола**

(«**Зеро**  
»), с приоритетом от 22.10.2009, продлен до 22.10.2029, по

свидетельству № 401655 («**Соса-Кола идет в дом**  
»), с приоритетом от

20.03.2009, продлен до 20.03.2029, по свидетельству № 405119

(«**Дома лучше (с Соса-Кола)!**  
»), с приоритетом от 20.03.2009, продлен до



20.03.2029, по свидетельству № 405391 («  
»), с приоритетом от 20.03.2009,

**COCA-COLA**

продлен до 20.03.2029, по свидетельству № 394258 («**OPEN HAPPINESS**»), с

приоритетом от 08.12.2008, продлен до 08.12.2028, по свидетельству № 353327



(«**MIXER**»), с приоритетом от 16.04.2007, продлен до 16.04.2027, по свидетельству




№ 353952 («  
»), с приоритетом от 05.03.2007, продлен до 05.03.2027, по

свидетельству № 321505 («**COCA-COLA ZERO**»), с приоритетом от



24.10.2005, продлен до 24.10.2025, по свидетельству № 316262

(« **На дачу-Соса-Сола в придачу!** »), с приоритетом от 19.09.2005, продлен до 19.09.2025, по свидетельству № 314509 (« **Соса-Сола по пути!** »), с приоритетом от 15.09.2005, продлен до 15.09.2025, по свидетельству № 312293




(«  »), с приоритетом от 22.07.2005, продлен до 22.07.2025, по свидетельству № 307389 (« **Все будет...Соса-Сола!** »), с приоритетом от 20.06.2005, продлен до




20.06.2025, по свидетельству № 305145 («  »), с приоритетом от 29.04.2005, продлен до 29.04.2025, по свидетельству № 304340 (« **СОСА-COLA МАQIO** »), с конвенционным приоритетом от 05.10.2004, продлен до 04.04.2025, по свидетельству № 306641 (« **СОСА-COLA. ВЫБЕРИ СПОРТ** »), с приоритетом от 18.03.2005, продлен до 18.03.2025, по свидетельству № 306548 (« **СОСА-COLA C2** »), с конвенционным приоритетом от 29.03.2004, продлен до 08.07.2034, по свидетельству № 276675 («  »), с приоритетом от 15.09.2003, продлены до



15.09.2033, по свидетельству № 263120 («  »), с конвенционным приоритетом от 01.08.2002, продлен до 22.01.2033, по свидетельству № 247205

**Черри Кока-Кола**  
(« **Черри Кока-Кола** »), с приоритетом от 27.08.2002, продлен до 27.08.2032, по свидетельству № 237184 (« **Кока-Кола, настоящий вкус праздника** »), с приоритетом от 27.04.2001, продлен до 27.04.2031, по свидетельству № 219611 (« **Кока-Кола лайт** »), с приоритетом от 06.03.2001, продлен до 06.03.2031, по свидетельству № 222842



(«  »), с приоритетом от 03.11.2000, продлен до 03.11.2030, по

Живи футболом  
Дыши футболом

свидетельству № 167235 (« Пей Соса-Сола »), с приоритетом от 14.03.1997, продлен до



14.03.2027, по свидетельству № 163410 («



27.01.1997, продлен до 27.01.2027, по свидетельству № 151376 («

приоритетом от 20.11.1992, продлен до 20.11.2032, по свидетельству № 35217

(« *Кокка-Колла* »), с приоритетом от 25.05.1967, продлен до 25.05.2027,



по свидетельству № 30787 («

02.07.2025, по свидетельству № 92294 (« *diet Coca-Cola* »), с приоритетом от

25.01.1990, продлен до 25.01.2030, по свидетельству № 92293 (« *Coca-Cola light* »), с

приоритетом от 25.01.1990, продлен до 25.01.2030, по свидетельству № 79360

(« **CHERRY COCA-COLA** »), с приоритетом от 25.07.1985, продлен до 25.07.2025,



по свидетельству № 242 («


31.10.2025, общеизвестный товарный знак «Coca-Cola» (« *Coca-Cola* »),

зарегистрированным по свидетельству № 5, признанный общеизвестным с 01.01.1996,

по международной регистрации № 1454482 (« **COCA-COLA ENERGY** »), с

конвенционным приоритетом от 16.10.2018, по свидетельству № 1453732



(«»), с конвенционным приоритетом от 16.10.2018 г. Правообладатель: «The Coca-Cola Company, a Delaware corporation», США.

Противопоставленные товарные знаки в качестве наиболее значимых элементов содержат словесные элементы «СОСА-COLA» и «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», 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))).

Словесный элемент «COOLCOLA» в заявленном обозначении является наиболее значимым элементом и фонетически имеет близкое звучание со словесным элементом «СОСА-COLA» / «Кока Кола» вышеуказанных противопоставленных товарных знаков ввиду совпадения звучания начальных и конечных слогов. Семантический анализ сходства в данном случае не применим, поскольку словесный элемент «COOLCOLA», в том виде как он исполнен, не имеет смыслового значения. Визуально сравниваемые обозначения имеют разное зрительное впечатление, ввиду разного композиционного исполнения, разных изобразительных и дополнительных словесных элементов, присутствующих в сравниваемых обозначениях.

Таким образом, заявленное обозначение и вышеуказанные противопоставленные товарные 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 N 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 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. 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.

Заявителем представлены в дело доказательства (3-6) присутствия в гражданском обороте товаров 32 класса МКТУ, маркированных обозначением «COOLCOLA». Так, заявитель реализует продукцию с использованием обозначения «COOLCOLA» и «COOL COLA» более чем в 70 субъектах Российской Федерации. Реализация указанной продукции осуществляется в гипермаркетах Атак, Ашан, Гипер Глобус, Дикси, а также на маркетплейсах. Общие затраты на рекламу и на продвижение продукции, маркированной обозначением «COOLCOLA» за период с 2022 по 2024 гг.: за 2022 г. - 361 492 864 руб., за 2023 г. - 894 073 045 руб., с января по июнь 2024 г. – 243 796 264 рублей. Реклама и продвижение продукции «COOLCOLA» осуществлялось посредством рекламы в метро, на ТВ, в торговых центрах, на маркетплейсах ОЗОН, ЯНДЕКС и т.п. Известность заявителя и используемого словесного элемента «COOLCOLA» подтверждается также поисковыми запросами в сети Интернет (Яндекс, Google). Таким образом, продукция заявителя «COOLCOLA»







обладает определенным уровнем известности и ассоциируется только с заявителем на дату подачи заявки.

Как было установлено выше, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки имеют низкую степень сходства по графическому признакам 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.

При рассмотрении данного возражения коллегия пришла к выводу о соблюдении принципа законных ожиданий. Под принципом законных ожиданий следует понимать предсказуемость решений правоприменительного органа в отношении одних и тех же фактических обстоятельств. Коллегией учтены регистрации товарных знаков, произведенных на имя заявителя в отношении однородных (идентичных) товаров

32 класса МКТУ: по свидетельствам № 900474 («»), № 900461 («»),

№ 915578 («»), № 1024195 («»), которые не признавались экспертизой сходными до степени смешения с вышеуказанными противопоставленными товарными знаками компании «The Coca-Cola Company, a Delaware corporation», США.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 16.07.2024, отменить решение Роспатента от 24.05.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2023713403.**