


Приложение  
к решению Федеральной службы  
по интеллектуальной собственности

**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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 24.09.2025, поданное ООО «КОЧУБЕЕВСКАЯ ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ», Ставропольский край, м.о. Кочубеевский, с.Кочубеевское (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023781031, при этом установила следующее.



Обозначение «» по заявке №2023781031 с приоритетом от 30.08.2023 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ.

Роспатентом принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023781031 в отношении части заявленных услуг 35 класса МКТУ с исключением из правовой охраны словесных элементов «ПИВО КАВКАЗ».

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть

зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении всех товаров 32 класса МКТУ и части услуг 35 класса МКТУ на основании пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что входящий в заявленное обозначение словесный элемент «КАВКАЗ» представляет собой название географического региона, расположенного к югу от Восточно-Европейской равнины, на границе Европы и Азии (<https://gufo.me/>, [https://www.endic.ru/toponyms\\_kavkaz/Kavkaz-155.html](https://www.endic.ru/toponyms_kavkaz/Kavkaz-155.html), <https://academic.ru/>).

Учитывая изложенное, словесный элемент «КАВКАЗ» способен восприниматься потребителями как указание на место производства товаров, место оказания услуг.

Таким образом, словесный элемент «КАВКАЗ» не обладает различительной способностью и является неохранным элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «ПИВО» («Пиво» - слабый алкогольный напиток, получаемый брожением суслу из ячменного солода с прибавлением хмеля, см. Большая медицинская энциклопедия. 1970, [https://big\\_medicine.academic.ru/6675/](https://big_medicine.academic.ru/6675/)) является неохранным элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку представляет собой указание на вид товара, назначение заявленных услуг.

Учитывая семантику словесного элемента «ПИВО», заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении части товаров 32 класса МКТУ, не являющихся пивом, части услуг 35 класса МКТУ, не связанных с пивом, поскольку будет вводить потребителей в заблуждение относительно вида заявленных товаров и назначения, связанных с ними услуг на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается, в том числе в отношении товаров 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; воды

ароматизированные, включенные в 32 класс», при этом в состав заявленного обозначения включен словесный элемент «КАВКАЗ», представляющий собой наименование географического объекта.

Таким образом, словесный элемент «КАВКАЗ» воспринимается как указание на географический объект, в котором осуществляется добыча/производство природной минеральной/питьевой воды, а также на природное происхождение части заявленных товаров, в связи с чем заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для части товаров 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; воды ароматизированные, включенные в 32 класс» на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса, как вводящее потребителя в заблуждение относительно природного происхождения таких товаров.

Также, заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с товарным знаком «КАVKAZ» (номер регистрации 352207 с приоритетом от 03.11.2006), зарегистрированным на Федеральное казенное предприятие "Союзплодоимпорт", 121170, Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Дорогомилово, Кутузовский пр-кт, д. 34, стр. 21, в отношении товаров 33 класса МКТУ, однородных заявленным товарам 32 класса МКТУ;

- с товарным знаком «КАВКАЗ» (номер регистрации 301054 с приоритетом от 05.05.2005), зарегистрированным на Федеральное казенное предприятие "Союзплодоимпорт", 121170, Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Дорогомилово, Кутузовский пр-кт, д. 34, стр. 21, в отношении товаров 33 класса МКТУ, однородных заявленным товарам 32 класса МКТУ;

- с товарным знаком «КАВКАЗ-ЭКО» (номер регистрации 765099 с приоритетом от 21.11.2019), зарегистрированным на Морозову Светлану Леонидовнау , 354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Первомайская, 19, кв. 94, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «НАШ КАВКАЗ» (номер регистрации 377260 с приоритетом от 14.03.2008), зарегистрированным на Федеральное казенное предприятие "Союзплодоимпорт", 121170, Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Дорогомилово, Кутузовский пр-кт, д. 34, стр. 21, в отношении товаров 33 класса МКТУ, однородных заявленным товарам 32 класса МКТУ;

- с товарным знаком «КАВКАЗ» (номер регистрации 721711 с приоритетом от 09.10.2018), зарегистрированным на Федеральное казенное предприятие "Союзплодоимпорт", 121170, Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Дорогомилово, Кутузовский пр-кт, д. 34, стр. 21, в отношении товаров 33 класса МКТУ, однородных заявленным товарам 32 класса МКТУ.

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В возражении на решение Роспатента изложено следующее:

- заявленное обозначение не вводит потребителя в заблуждение относительно вида заявленных товаров и назначения, связанных с ними услуг, и указания на географический объект, в котором осуществляется добыча/производство;

- согласно выписке из ЕГРЮЛ и свидетельству о постановке на учет в налоговом органе по месту нахождения, заявитель зарегистрирован в Ставропольском крае по адресу: Ставропольский край, м.о. Кочубеевский, с. Кочубеевское, ул. Гагарина, зд. 181б;

- исходя из сведений, содержащихся в различных источниках, Ставропольский край входит в состав Северо-Кавказского федерального округа и Северо-Кавказского экономического района, соответственно село Кочубеевское также можно отнести к территории Кавказа;

- основными видами экономической деятельности заявителя является производство пива, к дополнительным видам деятельности относится производство безалкогольных напитков, производство упакованных питьевых вод, включая минеральные воды, торговля оптовая соками, минеральной водой и прочими безалкогольными напитками, торговля оптовая пивом и т.д.;

- в связи с тем, что в перечне прямо указано производство пивных напитков, то часть словесного элемента «ПИВО» в заявленном обозначении не может ввести потребителя в заблуждение относительно вида заявленных товаров и назначения, связанных с ними услуг;

- ввиду наличия в заявленном перечне безалкогольной продукции, которая ассоциируется с минеральными водами Кавказа (воды, воды минеральные, воды столовые и т.д.), часть словесного элемента «КАВКАЗ» не вводит потребителя в заблуждение относительно указания на географический объект, в котором осуществляется добыча/производство продукции заявителя, так как местонахождением заявителя является Ставропольский край (Кавказ);

- заявитель прилагает Декларацию о соответствии требованиям ЕАЭС № RU Д-RU.PA10.B.47039/23 подтверждающую, что производство его продукции (в частности пива) находится именно в селе Кочубеевское Ставропольского края;

- в связи с вышеизложенным, можно сделать вывод о том, что заявленное на регистрацию в качестве товарного знака комбинированное обозначение, содержащее словесные элементы «ПИВО КАВКАЗ» не несет в себе ложной информации и не может ввести в заблуждение потребителей относительно вида заявленных товаров и назначения, связанных с ними услуг, и указания на географический объект, в котором осуществляется добыча/производство продукции заявителя;

- заявитель не возражает против дискламации словесных элементов «ПИВО КАВКАЗ»;

- кроме того, ввиду неохраноспособности указанных элементов невозможно применить основания для отказа в государственной регистрации товарного знака по пункту 1 статьи 1483 Кодекса и по пункту 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку они являются взаимоисключающими;

- вместе с тем заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки не являются сходными по звуковому критерию, поскольку обозначения имеют разное звучание, воспринимаются по-разному, производят разное слуховое впечатление;

- сравниваемые обозначения отличаются графически, поскольку имеют разное зрительное впечатление, словесные элементы выполнены разным шрифтом;

- заявленные товары и услуги не являются однородными товарам и услугам, указанным в противопоставленных регистрациях;

- правовая охрана противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№352207, 301054, 765099, 377260, 721711 не распространяется на товары 32 класса МКТУ;

- правообладатели противопоставленных товарных знаков не выражали никакой экономической заинтересованности в осуществлении на территории Российской Федерации деятельности в области реализации товаров, относящихся к 32 классу МКТУ;

- таким образом, противопоставленные товарные знаки действуют только в отношении товаров и услуг, отражающих в большей мере деятельность по реализации косметики (№ 765099) и алкогольных напитков, за исключением пива (№№ 352207, 301054, 377260, 721711);

- следовательно, в отношении товаров 32 класса МКТУ противопоставленные товарные знаки не могут препятствовать в регистрации обозначения по рассматриваемой заявке в качестве товарного знака.

На основании вышеизложенных доводов заявитель просит отменить решение Роспатента от 27.05.2025 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении заявленных товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ.

Заявителем к возражению были приложены следующие материалы:

- выписка из ЕГРЮЛ в отношении заявителя (1);
- свидетельство о постановке на учет в ФНС (2);
- декларация о соответствии требованиям ЕАЭС № RU Д-RU.PA10.B.4703923 (3);
- информация о товарных знаках по свидетельствам №№ 301054, 352207, 377260, 721711, 765099.

Изучив материалы дела и выслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (30.08.2023) поступления заявки №2023781031 на регистрацию товарного знака 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 июля 2015 г. № 482 (далее - Правила).

В соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

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

Указанные в пункте 34 Правил элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения (пункт 35 Правил).

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 отношении однородных товаров и имеющими 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.

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.

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно 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.



виде стилизованного изображения абстрактных геометрических фигур, выполненных в черном цвете, под которым расположены словесные элементы «ПИВО» и «КАВКАЗ», выполненные заглавными буквами русского алфавита черного цвета. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ.

Анализ заявленного комбинированного обозначения показал, что в его состав входят словесные элементы «ПИВО» и «КАВКАЗ», которые на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, являются неохраноспособными элементами обозначения, что заявителем в возражении не оспаривается.

Относительно оспариваемого в возражении мотива для отказа в государственной регистрации заявленного обозначения, предусмотренного пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку словесный элемент «КАВКАЗ» заявленного обозначения воспринимается как указание на географический объект, в котором осуществляется добыча/производства природной минеральной/питьевой воды, а также на природное происхождение части заявленных товаров 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные, вода газированная, вода литиевая, вода сельтерская, вода содовая, воды [напитки], воды минеральные [напитки], воды столовые, воды ароматизированные, включенные в 32 класс», коллегия указывает следующее.

Заявителем с возражением представлены документы (выписка из ЕГРЮЛ ООО «КОЧУБЕЕВСКАЯ ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ», свидетельство о постановке на учет российской организации в налоговом органе по месту ее нахождения, декларация о соответствии) (1-3), которые не свидетельствуют о том, что вышеуказанные товары 32 класса МКТУ имеют природное происхождение. Таким образом, у коллегии нет оснований для удовлетворения возражения в данной части отказа в государственной регистрации заявленного обозначения по пункту 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение, содержащее словесный элемент «ПИВО», для части заявленных товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ, которые не являются товаром «пиво» и не связаны с продвижением данных товаров, будет

вводить потребителей в заблуждение относительно вида заявленных товаров и связанных с ними услуг на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Что касается несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса коллегия указывает следующее.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №352207 представляет собой словесное обозначение «**КАВКАЗ**», выполненное заглавными буквами латинского алфавита стандартным жирным шрифтом. Правовая охрана товарного знака предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №301054 представляет собой словесное обозначение «**КАВКАЗ**», выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным жирным шрифтом. Правовая охрана товарного знака предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №765099 представляет



собой комбинированное обозначение «**КАВКАЗ-ЭКО**», включающее оригинальное стилизованное изображение в виде овала с элементами растительности, внутри которого на разных строках расположены словесные элементы «Кавказ - ЭКО», выполненные оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана товарного знака предоставлена в отношении товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №377260 представляет собой словесное обозначение «**НАШ КАВКАЗ**», выполненное заглавными буквами русского алфавита стандартным жирным шрифтом. Правовая охрана товарного знака предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №721711 представляет



собой комбинированное обозначение «**КАВКАЗ**», выполненное в виде этикетки, на фоне которой расположены изображение медалей, стилизованное изображение

всадника на коне и словесный элемент «КАВКАЗ», выполненный оригинальным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в темно-бежевом, светло-бежевом, бордовом, красном, черном цветовом сочетании в отношении товаров 33 класса МКТУ.

Сопоставительный анализ заявленного обозначения и указанных выше противопоставленных товарных знаков показал, что в их состав входят фонетически и семантически сходные словесные элементы «КАВКАЗ»/«КАВКАЗ»/«KAVKAZ».

Сравниваемые словесные элементы образованы от одного слова «Кавказ», имеющего значение «географический регион, преимущественно горная страна в Евразии, расположенный к югу от Восточно-Европейской равнины, на границе Европы и Азии. Ограничен Чёрным и Азовским морями с запада, Каспийским морем с востока» (см. Интернет - словари, Энциклопедия Брокгауз-Ефрон), что свидетельствует о подобии заложенных в обозначении понятий и обуславливает вывод об их сходстве по семантическому критерию.

Фонетическое сходство сравниваемых словесных элементов обусловлено совпадением большинства звуков, входящих в их состав, одинаковым количеством слогов и ударением.

При сравнительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков коллегия исходила из того, что решающее значение при их восприятии в целом имеют именно фонетический и семантический факторы, на основе которых и было установлено сходство соответствующих словесных элементов.

При этом некоторые отличия сравниваемых знаков по графическому критерию сходства обозначений (разное цветовое и шрифтовое исполнение, разное количество слов, слогов, звуков и букв, наличие иных слов и разная внешняя форма изобразительных элементов) играют лишь второстепенную роль при восприятии данных знаков в целом.

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).

В соответствии с изложенным коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Заявленные товары 32 класса МКТУ «вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусло пивное; сусло солодовое; экстракты хмелевые для изготовления пива; пиво самопроизвольного брожения, ароматизированное фруктами; пиво безалкогольное; гранулы хмеля для пивоварения; коктейли на основе пива безалкогольные; хмель замороженный для пивоварения», относящиеся к слабоалкогольной продукции и его ингредиентам, продукции, в состав которой входит пиво, являются однородными товарам 33 класса МКТУ «алкогольные напитки (за исключением пива); аперитивы, арак, бренди, вина, вино из виноградных выжимок, виски, водка, джин, дижестивы, коктейли, ликеры, напитки алкогольные, напитки алкогольные, содержащие фрукты, напитки спиртовые, напитки, полученные перегонкой, напиток медовый, настойка мятная, настойки горькие, ром, сакэ, сидры, спирт рисовый, экстракты спиртовые, экстракты фруктовые спиртовые, эссенции спиртовые» противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№377260, 301054, 352207, товарам 33 класса МКТУ «аперитивы; арак; байцзю [китайский алкогольный напиток]; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; дижестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасо; ликер анисовый; ликеры; 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]; настойка мятная; настойки горькие; нира [алкогольный напиток на основе сахарного тростника]; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые» противопоставленного товарного знака по свидетельству №721711, относящимся к алкогольной продукции,

ингредиентам и составам для изготовления алкогольных напитков, поскольку соотносятся между собой как род-вид, имеют одно назначение и круг потребителей.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; услуги по розничной и оптовой продаже товаров, указанных в классах 32; услуги магазинов по продаже товаров, указанных в классах 32; услуги интернет-магазинов по продаже товаров, указанных в классах 32; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; аренда кассовых аппаратов; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; поиск поручителей; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в

коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление закупочно-снабженческой деятельностью; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги в области рекламы; услуги информационно-справочные; услуги

информационно-справочные, предоставляемые коммерческим потребителям; услуги коммерческого посредничества; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по организации коммерческих и выставочных мероприятий в рекламных целях; услуги по подготовке представления рекламных материалов; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по продвижению товаров и услуг; услуги по прокату торгового и офисного оборудования; услуги по размещению и распространению рекламы; услуги по размещению рекламы; услуги по распространению рекламы; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги посреднические; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; составление рекламных материалов; выпуск рекламных листовок; реклама в печатных изданиях; услуги по лифлетингу; предоставление манекенов для рекламы; аромабрендинг; вендинг; проведение промоакций; проведение дегустаций в рекламных и коммерческих целях»; сэмплинг; услуги по подготовке маркетинговых инноваций; услуги по анализу эффективности рекламы; услуги по исследованию покупательских предпочтений; организация торгово-закупочной деятельности; проведение аукционов; предоставляемые художественными галереями; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; продвижение товаров через лидеров мнений; предоставление информации телефонных справочников; пресс-службы; прокат

рекламных средств; сбор и систематизация информации во всемирной сети; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; разработка маркетинговых концепций; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг», в отношении которых было отказано в регистрации заявленного обозначения, являются однородными услугами 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; продвижение товаров для третьих лиц; услуги по розничной, оптовой продаже товаров, услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, услуги Интернет-магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок, услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов, услуги розничной продажи товаров через торговые автоматы; прокат торговых стоек; прокат торговых стендов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей» противопоставленного товарного знака по свидетельству №765099, поскольку они

относятся к услугам в области продвижения товаров и рекламы, услугам посредническим, услугам по прокату оборудования, услугам информационно-справочным, следовательно, они соотносятся между собой как род-вид, имеют одно назначение, одинаковый круг потребителей, оказываются одними и теми же организациями и предприятиями.

Вместе с тем заявленные товары 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; порошки для изготовления газированных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; составы безалкогольные для приготовления напитков; составы для производства газированной воды; сусла; сусли виноградно-неферментированное; таблетки для изготовления газированных напитков; шенди; шербет [напиток]; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции безалкогольные для приготовления напитков; воды ароматизированные; сок кокосовый; морсы; нектары; взвары; напитки спортивные; концентраты соков; порошки для приготовления безалкогольных напитков; сидр безалкогольный; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; составы для приготовления безалкогольных напитков» никоим образом не могут быть признаны однородными товарам 33 класса МКТУ, указанным в перечнях противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№352207, 301054, 377260, 721711, поскольку

сравниваемые товары относятся к разному виду товаров (безалкогольные и алкогольные напитки), имеют различные характерные особенности, различный круг потребителей и условия реализации, а также имеют различное назначение.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о том, что часть вышеуказанных заявленных товаров 32 класса МКТУ не соотносится с товарами 33 класса МКТУ, то есть является неоднородной. При этом, как было указано выше, в отношении этих товаров 32 класса МКТУ, относящихся к безалкогольным напиткам и части услуг 35 класса МКТУ, не относящихся к продвижению пива, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Помимо этого, коллегией принято во внимание представленное на стадии экспертизы обращение от Федерального казённого предприятия «Союзплодоимпорт», являющегося правообладателем противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№352207, 301054, 377260, 721711, в котором выражена обеспокоенность относительно опасности смешения заявленного обозначения с указанными товарными знаками в отношении однородных товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ.

Исходя из этого, у коллегии имеются основания для отнесения заявленного обозначения к обозначениям, не соответствующим требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса только в отношении части вышеприведенных товаров 32 и услуг 35 классов МКТУ.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 24.09.2025, оставить в силе решение Роспатента от 27.05.2025.**