

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
коллегии
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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 в Федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 02.07.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «МАРИКО», Краснодарский край, р-н Темрюкский, ст-ца Тамань (далее - заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023748538 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке №2023748538 подано на регистрацию 05.06.2023 на имя заявителя в отношении товаров 32, 33 и услуг 35, 41, 43 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака заявляется словесное обозначение «Русские виноградники», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности принято решение от 08.04.2025 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023748538 в отношении всех заявленных товаров 32, 33 и услуг 35, 41, 43 классов МКТУ.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду его несоответствия требованиям пунктов 1, 3, 6 и пункта 7 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение включает в свой состав словесный элемент «Русские» – («русский» - принадлежащий русским, созданный русскими, свойственный русским / см. Интернет: <https://kartaslov.ru/значение-слова/русский>) не обладает различительной способностью, поскольку указывает на свойства заявленных товаров и услуг, словесный элемент «виноградники» («виноградник» - участок земли, на котором выращивают виноград; виноградная плантация / см. Интернет: <https://kartaslov.ru/значение-слова/виноградник>) не обладает различительной способностью, поскольку указывает на вид, свойства, назначение части заявленных товаров и услуг, в связи с чем указанные словесные элементы являются неохранными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Поскольку заявленное обозначение состоит только из неохранных элементов, оно не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) в отношении заявленных товаров и услуг на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Также, учитывая семантическое значение входящего в состав заявленного обозначения словесного элемента «виноградники», в отношении другой части заявленных товаров 32, 33 классов МКТУ, не содержащих в своем составе виноград, а также части заявленных услуг 35, 41, 43 классов МКТУ, не имеющих отношения к виноградникам, выращиванию винограда, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 3 статьи 1483

Кодекса, как вводящее потребителя в заблуждение относительно вида, свойств, назначения товаров и услуг.

Также в решении экспертизы указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с общеизвестным товарным знаком «РУССКАЯ», зарегистрированным под №40 (признанный общеизвестным с 31.12.1985 г.) на имя Федерального казенного предприятия «Союзплодоимпорт», 107113, Москва, а/я 27, ЗАО Юридическая фирма «АЙ ПИ ПРО», в отношении товаров 33 класса МКТУ [1].

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) в отношении заявленных товаров и услуг 32, 33, 35, 41, 43 классов МКТУ на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение является сходным с наименованием места происхождения товара №65 (далее – НМПТ) «РУССКАЯ ВОДКА» [2], право пользования которым предоставлено:

- Федеральному казенному предприятию «Союзплодоимпорт», 107139, Москва, Орликов пер., 1/11 (свидетельство № 65/1, приоритет от 14.03.2003 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «Русский Стандарт Водка», 196140, Санкт-Петербург, Пулковское ш., 46, корп.2 (свидетельство № 65/4, приоритет от 25.09.2007 г.),

- Открытому акционерному обществу «Московский завод «Кристалл», 111033, Москва, ул.Самокатная, 4 (свидетельство № 65/5, приоритет от 14.04.2008 г.),

- Открытому акционерному обществу «Мариинский ликеро-водочный завод», 652150, Кемеровская область, г.Мариинск, ул.Пальчикова, 28 (свидетельство № 65/8, приоритет от 13.04.2009 г.),

- Открытому акционерному обществу «Промышленная группа «ЛАДОГА», 196158, Санкт-Петербург, Московское ш., 13, корп.6 (свидетельство № 65/11, приоритет от 31.07.2008 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «Хлебная слеза», 603147, г. Нижний Новгород, ул. Ю.Фучика, 43а (свидетельство № 65/12, приоритет от 27.03.2009 г.),

- Обществе с ограниченной ответственностью «Традиции качества», 143090, Московская область, г.Краснознаменск, ул.Строителей, 15 (свидетельство № 65/13, приоритет от 13.04.2009г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «ПАРЛАМЕНТ ПРОДАКШН», 143956, Московская область, г.Балашиха, мкр.Салтыковка, ул.Поповка, владение 5 (свидетельство № 65/15, приоритет от 13.07.2010 г.),

- Акционерному обществу «Ликеро-водочный завод «Топаз», 141201, Московская обл., г. Пушкино, ул. Октябрьская, 46 (свидетельство № 65/16, приоритет 13.07.2010 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «Омсквинпром», 644105, г. Омск, ул. Разъездная, 14, литер Б (свидетельство № 65/18, приоритет от 16.12.2013 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «БрянскСпиртПром», 241050, Брянская область, г. Брянск, б-р Гагарина, 14 (свидетельство № 65/19, приоритет от 22.07.2014 г.),

- Открытому акционерному обществу «Уржумский спиртоводочный завод», 613531, Кировская область, г. Уржум, ул. Кирова, 8А (свидетельство № 65/20, приоритет от 10.06.2016 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «Сибирская Водочная Компания», 652152, Кемеровская область, г. Мариинск, ул. Юбилейная, 2А (свидетельство № 65/21, приоритет от 09.03.2016 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «Завод Георгиевский. Традиции качества», 143090, Московская область, г. Краснознаменск, ул. Строителей, 15 (свидетельство № 65/22, приоритет от 05.07.2019 г.),

- Акционерному обществу «Татспиртпром», 420111, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Баумана, 44/8 (свидетельство № 65/23, приоритет от 16.01.2019 г.),

- Акционерному обществу «Бутурлиновский ликеро-водочный завод», 397505, Воронежская область, Бутурлиновский район, г. Бутурлиновка, ул. 3 Интернационала, 5 (свидетельство № 65/24, приоритет от 18.10.2019 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «СОРДИС», 603037, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, ул. Федосеенко, 47 (свидетельство № 65/25, приоритет от 10.08.2020 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «КАЛУЖСКИЙ ЛИКЕРО-ВОДОЧНЫЙ ЗАВОД КРИСТАЛЛ» 249038, Калужская область, г. Обнинск, Коммунальный проезд, 23, стр.1а, зд. АБК, 3-й этаж, каб. 5 (свидетельство № 65/26, приоритет от 17.06.2021 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «Ярославский ликеро-водочный завод» 150003, Ярославская область, г. Ярославль, ул. Советская, 63 (свидетельство № 65/27, приоритет от 21.06.2021 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «Красноярский Водочный Завод» 660058, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Деповская, 2, стр.2, литер В4, 2 эт., помещ. № 8, комн. № 7 (свидетельство № 65/28, приоритет от 23.09.2021 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «Стеллар Спиритс и Ботлинг» 141801, Московская область, г. Дмитров, ул. Профессиональная, 177, корп. 2, эт. 1, помещение 8 (свидетельство № 65/29, приоритет от 15.10.2021 г.),

- Обществу с ограниченной ответственностью «Бальзам» 603157, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, ул. Коминтерна, 41В (свидетельство № 65/30, приоритет от 23.12.2021 г.),

- Общество с ограниченной ответственностью «Ликероводочный завод «Саранский» 430003, Республика Мордовия, г. Саранск, пр-кт Ленина, 58А (свидетельство № 65/31, приоритет от 16.06.2022 г.).

Таким образом, заявленное обозначение не соответствует пункту 7 статьи 1483 Кодекса.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 02.07.2025 поступило возражение и дополнение от 02.10.2025, в которых заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, доводы которых сводятся к следующему:

- понятие «РУССКИЕ ВИНОГРАДНИКИ» не является установленным или общепринятым термином;

- словосочетание «РУССКИЕ ВИНОГРАДНИКИ» не указывает на конкретный сорт, технологию, регион или назначение товаров, и не имеет устойчивого значения, используемого в гражданском обороте. Следовательно, данное выражение в целом не воспринимается как описание характеристик товаров;

- слово «виноградники» в знаке воспринимается как метафора, отсылка к тематике и стилистике бренда;

- словесный элемент «РУССКИЕ» обладает различительной способностью, поскольку не указывает на свойства заявленных товаров и услуг;

- сам по себе факт использования слова, имеющего определённую семантику, не является достаточным для вывода о заблуждении;

- заявленное на регистрацию обозначение - словосочетание «Русские виноградники» не соответствует критериям описательности, так как не существует общеупотребительного принципа классификации виноградников по национальной или территориальной принадлежности. Виноградники могут различаться по региону выращивания, сорту винограда, климатическим условиям, но не по национальной характеристике;

- заявленное словосочетание является фантазийным и не описывает конкретные характеристики товара и услуг или его происхождение;

- на данный момент в практике Роспатента существуют уже зарегистрированные товарные знаки, содержащие словесный элемент «Русские» и признанные охраняемыми, а также не признанные экспертизой описательными, вводящими в заблуждение потребителей относительно определенных классов МКТУ;

- словесный элемент «ВИНОГРАДНИКИ» обладает различительной способностью, поскольку не указывает на вид, свойства, назначение части заявленных товаров и услуг;

- словесный элемент «ВИНОГРАДНИКИ» в заявленном обозначении, в отношении части заявленных товаров 32, 33 классов МКТУ, не содержащих в своем составе виноград, а также части заявленных услуг 35, 41, 43 классов МКТУ не вводит потребителя в заблуждение относительно вида, свойств, назначения товаров и услуг;

- слово «виноградники» в составе обозначения не указывает прямо или косвенно на наличие винограда в составе товаров;

- заявленное обозначение не содержит указания на конкретное место производства товаров или оказания услуг, не указывает на конкретный сорт винограда или территорию, официально связанную с виноделием, не утверждает, что товары произведены в России или из винограда российского происхождения;

- заявленное обозначение не может ассоциироваться у потребителей с обладателем исключительного права на общеизвестный товарный знак «РУССКАЯ»;

- обозначение «РУССКИЕ ВИНОГРАДНИКИ» не содержит элементов, способных сформировать у потребителя ложное представление о происхождении, составе, назначении или производителе заявленных товаров и услуг. Основания для отказа в регистрации по мотиву вводящего в заблуждение характера отсутствуют;

- также, с учетом принципа единообразия практики Роспатента и законных ожиданий обращаем внимание, что на данный момент есть зарегистрированные товарные знаки, содержащие словесный элемент «Виноградники»;

- словосочетание «РУССКИЕ ВИНОГРАДНИКИ» формирует у потребителя не конкретное представление о характеристиках товара, а обобщенный, образный и стилистический и фантазийный образ;

- заявленное обозначение, включающее словесный элемент «ВИНОГРАДНИКИ», не порождает в сознании потребителей представление об определенном виде, свойстве, назначении товаров и услуг, которое не соответствует

действительности для части заявленных товаров и услуг 32, 33, 35, 41, 43 классов МКТУ;

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными средствами индивидуализации, поскольку отсутствует графическое (шрифт, оформление, композиция, алфавит, наличие графики), семантическое (имеют разные смыслы) и фонетическое сходство (различаются по ритму, слоговому составу и звучанию);

- доминирующим элементом в обозначении «Русские виноградники» является словесный элемент «виноградники»;

- при визуальном и смысловом восприятии именно существительное «виноградники» несет основную идентифицирующую нагрузку. Без главного элемента прилагательное «Русские» теряет свой конкретный смысл в контексте данного обозначения и не может самостоятельно идентифицировать товар или услугу;

- заявленное обозначение «Русские виноградники» представляет собой единое, структурно и семантически неразрывное словосочетание. Его целостность обусловлена грамматической конструкцией «прилагательное + существительное», где элементы находятся в отношении смысловой и синтаксической зависимости;

- вывод экспертизы, основанный на раздельном анализе элементов единого словесного комплекса, привел к ошибочным заключениям;

- обозначение «Русские виноградники» является фантазийным;

- словосочетание «Русские виноградники» не указывает непосредственно на какой-либо конкретный продукт (вино, сок, спиртной напиток и т. п.). Это лишь косвенная, образная и ассоциативная связь через возможное сырьё;

- важно отметить, что производство вина не ограничено виноградом: существуют фруктовые и ягодные вина (гранатовое, яблочное и др.), сидры, фруктовые дистилляты;

- поскольку вино и напитки могут производиться не только из винограда, термин «виноградники» не описывает весь спектр товаров 32, 33 классов МКТУ и тем более не описывает услуги 35, 41, 43 классов МКТУ;

- кроме того, процесс создания вина и процесс создания водки является принципиально различным по своей сути, технологии и химической основе, сырью и является подтверждением различия между НМПТ «Русская» для товара – водка и заявленным обозначением «Русские виноградники» для 33 класса МКТУ;

- в производстве водки НМПТ «Русская» используется отличное от производства вина «Русские виноградники» сырье, а также используется различный способ производства;

- в практике Роспатента есть зарегистрированные товарные знаки, которые содержат словесный элемент «Русский», а также словесные элементы, указывающие на территориальную принадлежность (южный, хвалынский, алтайский, невский), в совокупности со словесным элементом «сад», который не признан Роспатентом вводящим в заблуждение.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023748538 в отношении всех заявленных услуг 32, 33, 35, 41, 43 классов МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (05.06.2023) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя 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 пунктом 1(3) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, общепринятые наименования.

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

Согласно пункту 35 Правил вышеуказанные 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.

Согласно подпункту 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые приобрели различительную способность в результате их использования.

Для доказательства приобретения различительной способности, предусмотренной пунктом 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.

Согласно подпункту 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.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо 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 подпунктом 3 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, признанными в установленном настоящим Кодексом порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров.

Регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в настоящем пункте, допускается только с согласия правообладателя.

В соответствии с пунктом 7 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения:

- 1) включающие, воспроизводящие или имитирующие географические указания или наименования мест происхождения товаров, охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом, а также обозначения, заявленные на регистрацию в качестве таковых до даты приоритета товарного знака, в отношении

однородных товаров, за исключением случая, если такое обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего право использования таких географического указания или наименования места происхождения товара;

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

Согласно требованиям пункта 47 Правил на основании пункта 7 статьи 1483 Кодекса устанавливается, не относится ли заявленное обозначение в отношении любых товаров к обозначениям, тождественным или сходным до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации наименованием места происхождения товара или с обозначением, заявленным на регистрацию в качестве такового до даты приоритета товарного знака.

При этом учитывается тот факт, что такое наименование или сходное с ним до степени смешения обозначение может быть включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, при условии, что регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря

на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в настоящем пункте, 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.

Заявленное обозначение «Русские виноградники» является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров и услуг 32, 33, 35, 41, 43 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение «Русские виноградники» имеет семантическое значение, содержащееся в общедоступных словарях, где:

- «Русские» - «русский» - принадлежащий русским, созданный русскими, свойственный русским, см. <https://kartaslov.ru/значение-слова/русский>;

- «виноградники» - «виноградник» - участок земли, на котором выращивают виноград; виноградная плантация, см. <https://kartaslov.ru/значение-слова/виноградник>.

Таким образом, в силу своего семантического значения обозначение «Русские» воспринимается как указание на место происхождения товаров и услуг 32, 33, 35, 41, 43 классов МКТУ, то есть является описательным. В этой связи целесообразно обратить внимание, что обозначения, характеризующие товары (услуги), должны быть свободными для использования всеми производителями в гражданском обороте в соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Словесный элемент «виноградники» заявленного обозначения указывает на вид, назначение заявленных товаров и связанных с ними услуг, а прибавление к данному слову словесного элемента «Русские» не придает словосочетанию оригинальности и является второстепенным, в связи с чем, данный словесный элемент не обладает различительной способностью и является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, словосочетание «Русские виноградники» может восприниматься в значении «место где выращивают виноград», то есть заявленное

обозначение будет восприниматься потребителем как указание на вид, назначение и место производства товаров и связанных с ними услуг.

Также коллегия отмечает, что заявителем не представлены необходимые сведения об объемах поставляемых товаров, длительности и регулярности использования обозначения «Русские виноградники», объеме затрат на рекламу, а также сведения об информированности потребителя о товарах заявителя, маркированных данным обозначением. В силу отсутствия предусмотренных пунктом 35 Правил доказательств приобретения заявленным обозначением различительной способности у коллегии нет оснований для вывода о том, что средний российский потребитель воспринимает обозначение «Русские виноградники» не в общем лексическом значении как название места происхождения товаров, а как средство индивидуализации продукции заявителя.

С учетом изложенного коллегия пришла к выводу о том, что словесные элементы «Русские виноградники» не обладают различительной способностью, указывают на место производства товаров, местонахождение заявителя, а также на вид товаров, в связи с чем, являются неохранными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Также коллегия отмечает, что при обращении к сети интернет была выявлена следующая информация.

Сейчас площадь российских виноградников составляет 100 тыс. гектаров, что соответствует примерно 18 месту среди всех виноградников мира. К 2030 году планируется, что площадь виноградников вырастет на 35%.

Винодельческие регионы России делятся на зоны производства: ЗГУ (Защищенное географическое указание) и ЗНМП (Защищенное наименование места происхождения) по принципу европейских апелласьонов.

Всего в России 7 регионов виноделия: Кубань, Крым, Ставрополье, Долина Дона, Долина Терека, Северная Осетия, Дагестан.

В них выделены 15 ЗГУ, совпадающих с границами административных образований и 23 ЗНМП – отдельных виноградников или малых зон производства.

Пожалуй, самая яркая особенность сегодняшнего российского виноделия это вина из автохтонных, местных сортов винограда: красностоп золотовский, сибирьковый, цимлянкой черный, кокур, бастардо и других.

В последние годы российское виноградарство активно развивается, переходя на использование 100% отечественного сырья и развивая статус ЗГУ (защищенное географическое указание, см. <https://ligasommelier.com/rossijskoe-vinodelie-v-tsifrah/>).

Таким образом, для части заявленных товаров 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; 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 фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; порошки для изготовления газированных напитков; порошки для приготовления безалкогольных напитков; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; соки фруктовые; составы для приготовления безалкогольных напитков; сусли; сусли виноградно-неферментированные; таблетки для изготовления газированных напитков; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции безалкогольные для приготовления напитков», части товаров 33 класса МКТУ «аперитивы; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; джестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки на основе вина» и части услуг 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях;

предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; 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; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги рекламного агентства; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги оптовой и розничной продажи товаров; услуги магазина; услуги телемаркетинга» словесный элемент «виноградники» будет указывать на вид и назначение указанных товаров и услуг, что противоречит подпункту 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В отношении другой части товаров 32 класса МКТУ «вино ячменное [пиво]; вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; гранулы хмеля для пивоварения; квас; коктейли на основе пива; коктейли на основе пива безалкогольные; напитки изотонические; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; оршад; пиво; пиво безалкогольное; пиво имбирное; пиво солодовое; сассапариль [безалкогольный напиток]; сидр безалкогольный; сок томатный [напиток]; соки овощные [напитки]; составы для производства газированной воды; сусло пивное; сусло солодовое; хмель замороженный для пивоварения; шенди; шербет [напиток]; экстракты хмелевые для изготовления пива», товаров 33 класса МКТУ

«арак; биттеры [горькие спиртные напитки]; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; кюрасо [ликер]; ликер анисовый; ликеры; ликеры мятные; макколи; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, за исключением пива; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; соджу; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые», услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги

электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом;

услуги лидогенерации; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; 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 по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса», услуг 41 класса МКТУ «академии [обучение]; аренда комнатных аквариумов; аренда произведений искусства; аренда реквизита для киносъемок; аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; библиотеки передвижные; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; воспитание физическое; выпуск музыкальной продукции; дискотеки; дрессировка животных; дублирование; издание книг; исследования в области образования; квест комнаты [развлечения]; кинопрокат; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; образование музыкальное; образование религиозное; обучение; обучение айкидо; обучение в школах-интернатах; обучение гимнастике; обучение дзюдо; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация балов; организация выставок с культурно-


просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение развлекательных мероприятий; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация и проведение спортивных мероприятий; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация лотерей; организация показов мод в развлекательных целях; организация соревнований по электронным видам спорта; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; парки аттракционов; перевод с языка жестов; перевод устный; передача знаний и ноу-хау в сфере бизнеса [обучение]; передача ноу-хау [обучение]; передачи развлекательные телевизионные; переподготовка профессиональная; планирование радио- и телепрограмм; постановка шоу; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление виртуальных онлайн-туров с гидом; предоставление информации в области образования; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление музейного оборудования; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы "видео по запросу"; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы "видео по запросу"; предоставление оборудования для участия в ролевых играх с живым действием [LARP]; предоставление обучения и образовательного экзамена для целей сертификации; предоставление онлайн-изображений, не загружаемых; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление полей для гольфа; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление спортивного оборудования; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; представление цирковых спектаклей; представления варьете; представления мюзик-холлов; представления

театрализованные; представления театральные; презентация музейных выставок; проведение альпинистских туров с гидом; проведение фитнес-классов; проведение экзаменов; производство подкастов; производство фильмов, за исключением рекламных; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомагнитофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования для игр; прокат оборудования стадионов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; прокат театральных декораций; прокат тренажеров; прокат устройств для чтения электронных книг; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; редактирование текстов; садо [обучение японской чайной церемонии]; сады зоологические; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; составление программ встреч [развлечение]; субтитрование; субтитрование; тьюторинг; услуги артистов; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги в области азартных игр; услуги в области электронного спорта; услуги видеомонтажа мероприятий; услуги видеосъемки с помощью дронов; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги звукорежиссеров для мероприятий; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги игротек; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги казино [игры]; услуги каллиграфов; услуги караоке; услуги киностудий; услуги композиторов; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги медиатек; услуги моделей для художников; услуги ночных клубов [развлечение]; услуги образовательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги оркестров; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по оценке физического состояния для тренировок; услуги по раскрашиванию лица; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги по

сочинению музыки; услуги проведения квалификационных экзаменов по пилотированию дронов; услуги развлекательные; услуги репетиторов [обучение]; услуги светотехников для мероприятий; услуги спортивных лагерей; услуги студий записи; услуги фотографирования с помощью дронов; учреждения образовательные дошкольные; фотографирование; фоторепортажи; хронометраж спортивных состязаний; шоу-программы», услуг 43 класса МКТУ «агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда жилья для отдыха; аренда жилья на время отпуска; аренда кухонных раковин; аренда мебели; аренда офисной мебели; аренда переносных кабинок для переодевания; аренда помещений для проведения встреч; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; пансионаты для животных; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат осветительной аппаратуры; прокат палаток; прокат передвижных строений; прокат роботов для приготовления напитков; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баз отдыха; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуги детских садов [яслей]; услуги домов престарелых; услуги закусочных; услуги кальянных; услуги кафе; услуги кафетериев; услуги кемпингов; услуги личного повара; услуги мотелей; услуги пансионатов; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги по приему на временное проживание [передача ключей]; услуги по размещению в гостинице; услуги приютов для животных; услуги ресторанов; услуги ресторанов ваиоку; услуги ресторанов лаппи "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги ресторанов самообслуживания; услуги столовых», представляющих собой товары, не относящиеся к товарам виноделия, а также не связанных с указанными товарами услуги, заявленное обозначение способно вводить потребителей в заблуждение относительно вида и свойства товаров и услуг, в связи с чем, заявленное обозначение не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации в отношении заявленных товаров и услуг 32, 33, 35, 41, 43 классов МКТУ ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего ему были противопоставлены следующие средства индивидуализации:



Противопоставленный общеизвестный товарный знак «» №40 [1] является комбинированным и представляет собой этикетку, содержащую словесные элементы «RUSSKAYA», «РУССКАЯ», «RUSSIAN». Товарный знак признан общеизвестным с 31.12.1985 в отношении товаров 33 класса МКТУ: «водка».

Противопоставленное наименование места происхождения товара «РУССКАЯ ВОДКА» №65 [2] выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товара «водка».

Необходимо отметить, что регистрация наименования места происхождения товара «РУССКАЯ ВОДКА» нацелена на сохранение и поддержание репутации традиционного русского алкогольного напитка - водки, прославленного определенными особыми свойствами, что является приоритетным для национального интереса.

В этой связи для алкогольных напитков прилагательное «РУССКАЯ», а также его производные, являются существенным индивидуализирующим элементом.

Сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных средств индивидуализации [1, 2] показал, что они являются сходными в силу того, что содержат в своем составе фонетически и семантически тождественные словесные элементы «Русские»/«RUSSIAN»/«РУССКАЯ». Необходимо отметить, что сходный словесный элемент в заявленном обозначении расположен в начальной позиции, с которой начинается восприятие обозначения потребителем.

Согласно словарно-справочным источникам (см. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова «Толковый словарь русского языка», М.: «АЗЪ», 1993, с. 712), слово «Русские» - «Русский» (-ая, -ое) «относящийся к русскому населению России (к русским), к

России; такой, как у русских, как в России. Русский народ. Русский язык. Русская история. Русское гостеприимство.

Учитывая приведенные выше примеры, можно сделать вывод о том, что словесный элемент «Русские» определяет смысловое значение всего словосочетания в целом, придавая ему устойчивую связь с чем-либо, относящимся к России и русскому.

Необходимо отметить, что противопоставленный товарный знак [1] является общеизвестным для товаров 33 класса МКТУ «водка», следовательно, была установлена известность противопоставленного товарного знака в отношении товара 33 класса МКТУ «водка» на основании его длительного и интенсивного использования на территории Российской Федерации под контролем правообладателя – ФКП «Союзплодоимпорт». При этом слово «РУССКАЯ» противопоставленного товарного знака [1] является его основным индивидуализирующим элементом и занимает доминирующее положение.

Высокая степень сходства элементов «Русские», «РУССКАЯ» заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1] как по смыслу, так и фонетически обуславливает вывод о сходстве сравниваемых обозначений.

Что касается визуального критерия сходства, то он не является определяющим при восприятии заявленного обозначения и противопоставленных знаков, в силу того, что заявленное обозначение выполнено в стандартном шрифтовом исполнении, без каких-либо графических особенностей, способных оказать влияние на его восприятие в целом и выполнять самостоятельную индивидуализирующую функцию.

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.

Правовая охрана противопоставленному общеизвестному товарному знаку [1], а также наименованию места происхождения товаров №65 [2] предоставлена в отношении товара 33 класса МКТУ «водка», который относится к алкогольным напиткам.

В перечне заявки №2023748538 представлены товары 33 класса МКТУ «аперитивы; арак; биттеры [горькие спиртные напитки]; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; дижестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасао [ликер]; ликер анисовый; ликеры; ликеры мятные; макколи; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, за исключением пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки на основе вина; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; соджу; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые», которые относятся к алкогольным напиткам.

Указанные выше товары 33 класса МКТУ заявленного обозначения и противопоставленных средств индивидуализации [1, 2] относятся к одной и той же родовой группе товаров – «алкогольные напитки», ввиду чего, они являются однородными.

Относительно товаров 32 класса МКТУ «вино ячменное [пиво]; гранулы хмеля для пивоварения; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; хмель замороженный для пивоварения; шенди; экстракты хмелевые для изготовления пива» заявленного обозначения, коллегия отмечает следующее.

Согласно статье 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции; спиртосодержащая пищевая продукция – пищевая продукция, в том числе виноматериалы, любые растворы, эмульсии, суспензии, виноградное сусло, иное фруктовое сусло, пивное сусло (за исключением алкогольной продукции) с


содержанием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, более 1,5 процента объема готовой продукции; сусло - спиртосодержащая пищевая продукция, являющаяся полуфабрикатом производства алкогольной продукции, с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения, более 1,5 процента от ее объема, получаемая в зависимости от вида алкогольной продукции из ягод винограда (виноградное сусло), из иных фруктов (фруктовое сусло), из воды, пивоваренного солода, хмеля и (или) хмелепродуктов (пивное сусло), из воды и меда (медовое сусло).

Таким образом, указанные выше товары 32 класса МКТУ заявленного обозначения признаны однородными с товарами 33 класса МКТУ противопоставленных средств индивидуализации [1, 2].

Относительно товаров 32 класса МКТУ «аперитивы безалкогольные; вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас; коктейли безалкогольные; коктейли на основе пива 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; пиво безалкогольное; порошки для изготовления газированных напитков; порошки для приготовления безалкогольных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сидр безалкогольный; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; сок томатный [напиток]; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; составы для приготовления безалкогольных напитков; составы для производства газированной воды; таблетки для изготовления газированных напитков; шербет [напиток];

экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции безалкогольные для приготовления напитков», относящихся к безалкогольной продукции, коллегия отмечает следующее.



Ввиду общеизвестности товарного знака «» по свидетельству №40, который обладает высокой степенью различительной способностью, использование оспариваемого товарного знака на упаковке безалкогольных напитков (которые часто используются при застольях, являются сопутствующими), способно, также вызвать у потребителя представление о том, что эти средства индивидуализации принадлежат одному и тому же предприятию или исходят из одного и того же коммерческого источника, что в данном случае не соответствует действительности.

Кроме того, услуги 35 класса МКТУ *«аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; 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; публикация рекламных*

текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги рекламного агентства; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги оптовой и розничной продажи товаров; услуги магазина; услуги телемаркетинга», услуги 43 класса МКТУ «услуги баров; услуги ресторанов; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги ресторанов самообслуживания» заявленного обозначения являются сопутствующими, указанным выше товарам 32, 33 классов МКТУ, в связи с чем, заявленное обозначение в отношении данных услуг 35, 43 классов МКТУ, способно вызвать у потребителя представление о том, что сравниваемые средства индивидуализации принадлежат одному и тому же предприятию или исходят из одного и того же коммерческого источника, что в данном случае не соответствует действительности.

Таким образом, заявленные товары 32, 33, указанные выше услуги 35, 43 классов МКТУ следует признать однородными противопоставленным товарам 33 класса МКТУ, содержащимся в перечне противопоставленных средств индивидуализации [1, 2].

Относительно другой части заявленных услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка;

индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях;

систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги агентства по трудоустройству; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; 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 по составлению перечня

подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса», услуг 41 класса МКТУ «академии [обучение]; аренда комнатных аквариумов; аренда произведений искусства; аренда реквизита для киносъемок; аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; библиотеки передвижные; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; воспитание физическое; выпуск музыкальной продукции; дискотеки; дрессировка животных; дублирование; издание книг; исследования в области образования; квест комнаты [развлечения]; кинопрокат; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; образование музыкальное; образование религиозное; обучение; обучение айкидо; обучение в школах-интернатах; обучение гимнастике; обучение дзюдо; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация балов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение развлекательных мероприятий; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация и проведение спортивных мероприятий; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация лотерей;

организация показов мод в развлекательных целях; организация соревнований по электронным видам спорта; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; парки аттракционов; перевод с языка жестов; перевод устный; передача знаний и ноу-хау в сфере бизнеса [обучение]; передача ноу-хау [обучение]; передачи развлекательные телевизионные; переподготовка профессиональная; планирование радио- и телепрограмм; постановка шоу; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление виртуальных онлайн-туров с гидом; предоставление информации в области образования; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление музейного оборудования; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы "видео по запросу"; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы "видео по запросу"; предоставление оборудования для участия в ролевых играх с живым действием [LARP]; предоставление обучения и образовательного экзамена для целей сертификации; предоставление онлайн-изображений, не загружаемых; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление полей для гольфа; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление спортивного оборудования; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; представление цирковых спектаклей; представления варьете; представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; презентация музейных выставок; проведение альпинистских туров с гидом; проведение фитнес-классов; проведение экзаменов; производство подкастов; производство фильмов, за исключением рекламных; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagneтофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования

для игр; прокат оборудования стадионов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; прокат театральных декораций; прокат тренажеров; прокат устройств для чтения электронных книг; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; редактирование текстов; садо [обучение японской чайной церемонии]; сады зоологические; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; составление программ встреч [развлечение]; субтитрование; субтитрование; тьюторинг; услуги артистов; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги в области азартных игр; услуги в области электронного спорта; услуги видеомонтажа мероприятий; услуги видеосъемки с помощью дронов; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги звукорежиссеров для мероприятий; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги игротек; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги казино [игры]; услуги каллиграфов; услуги караоке; услуги киностудий; услуги композиторов; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги медиатек; услуги моделей для художников; услуги ночных клубов [развлечение]; услуги образовательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги оркестров; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по оценке физического состояния для тренировок; услуги по раскрашиванию лица; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги по сочинению музыки; услуги проведения квалификационных экзаменов по пилотированию дронов; услуги развлекательные; услуги репетиторов [обучение]; услуги светотехников для мероприятий; услуги спортивных лагерей; услуги студий записи; услуги фотографирования с помощью дронов; учреждения образовательные дошкольные; фотографирование; фоторепортажи;

хронометраж спортивных состязаний; шоу-программы», услуг 43 класса МКТУ «агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда жилья для отдыха; аренда жилья на время отпуска; аренда кухонных раковин; аренда мебели; аренда офисной мебели; аренда переносных кабинок для переодевания; аренда помещений для проведения встреч; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; пансионаты для животных; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат осветительной аппаратуры; прокат палаток; прокат передвижных строений; прокат роботов для приготовления напитков; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баз отдыха; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги детских садов [яслей]; услуги домов престарелых; услуги закусочных; услуги кальянных; услуги кафе; услуги кафетериев; услуги кемпингов; услуги личного повара; услуги мотелей; услуги пансионатов; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги по приему на временное проживание [передача ключей]; услуги по размещению в гостинице; услуги приютов для животных; услуги ресторанов вашику; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги столовых» заявленного обозначения, коллегия отмечает, что, указанные услуги не являются однородными с товарами 33 класса МКТУ противопоставленных средств индивидуализации [1, 2], поскольку, правовая охрана данных средств индивидуализации распространяется на товары 33 класса МКТУ «водка», то есть, именно для товаров, относящихся к пищевой промышленности, а элемент «Русская» является сильным и указывает на происхождение товаров. Однако, в отношении услуг, относящихся к другим сферам деятельности (управление бизнесом, предпринимательская деятельность, административные функции, офисная работа; услуги, связанные с воспитанием, обучением,

организацией досуга, культурно-просветительских мероприятий и развлечений; услуги по обеспечению временного проживания (отели, пансионаты) и общественного питания, кроме баров, включая доставку еды, услуги кейтеринга, а также услуги по уходу за детьми/животными и аренду временных помещений), элемент «Русская» не является указанием на происхождение услуг, а воспринимается как средство индивидуализации.

Таким образом, товар «водка» не является однородным, с указанными выше, услугами 35, 41, 43 классов МКТУ, так как анализируемые товары и услуги относятся к разному виду товаров и услуг, имеют различные характерные особенности, различный круг потребителей и условия реализации, а также имеют различное назначение и область применения, то есть обладают высокой степенью неоднородности, в виду чего, ассоциаций с общеизвестным товарным знаком по свидетельству №40 не возникает.

Таким образом, заявленное обозначение «Русские виноградники» является сходным до степени смешения с противопоставленными ему средствами индивидуализации [1, 2] в отношении товаров 32, 33 и части услуг 35, 43 классов МКТУ, однородных товарам 33 класса МКТУ.

Относительно несоответствия заявленного обозначения требованиям, предусмотренным пунктом 7 статьей 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Противопоставленное НМПТ №65 «РУССКАЯ ВОДКА», содержит в своем составе два словесных элемента. При этом слово «водка» является наименованием вида товара, для которого зарегистрировано НМПТ, в связи с чем, основным индивидуализирующим элементом противопоставленного НМПТ является словесный элемент «РУССКАЯ».

Заявленное обозначение и противопоставленное НМПТ содержат фонетически сходные и семантически сходные элементы «Русские»/«РУССКАЯ».

Коллегией было принято во внимание отсутствие у заявителя права пользования наименованием места происхождения товара №65.

Следует отметить, что исходя из пункта 7 статьи 1483 Кодекса, сходные с НМПТ товарные знаки не могут быть зарегистрированы в отношении однородных товаров.

При этом, однородность товаров 32, 33 и части услуг 35, 43 классов МКТУ заявленного обозначения, с товарами 33 класса МКТУ противопоставленного средства индивидуализации [2] была установлена выше.

Таким образом, установленное сходство заявленного обозначения и НМПТ обуславливает вывод о несоответствии заявленного обозначения положениям пункта 7 статьи 1483 Кодекса.

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу о том, что заявленное обозначение «Русские виноградники» является сходным до степени смешения с противопоставленными ему средствами индивидуализации [1, 2] в отношении однородных товаров 32, 33, 35 (части), 43 (части) классов МКТУ, следовательно, оно подпадает под несоответствие требованиям, предусмотренным пунктами 6 и 7 статьи 1483 Кодекса.

Относительно приведенных в возражении примеров регистраций, которые, с точки зрения заявителя, могут косвенно свидетельствовать о возможности регистрации заявленного обозначения, коллегия отмечает то, что данные регистрации касаются иных обозначений, делопроизводство по которым велось самостоятельным независимым порядком, не имеющим отношения к делопроизводству по рассматриваемому обозначению.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 02.07.2025, оставить в силе решение Роспатента от 08.04.2025.