

Палата по патентным спорам в порядке, установленном частью четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации, введённой в действие с 01.01.2008 Федеральным законом от 18.12.2006 № 231-ФЗ (далее – Кодекс), и в соответствии с Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003, регистрационный № 4520, с изменениями, внесенными приказом Роспатента от 11.12.2003 № 164, зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 18.12.2003, регистрационный № 5339, рассмотрела возражение от 27.09.2010, поданное ОАО «Синергия», Москва (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (далее – решение Роспатента) от 23.06.2010 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2008736493/50, при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке № 2008736493/50 с приоритетом от 21.11.2008 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 32, 33, 35 и 43 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «В КАЖДОМ ЕСТЬ ЧТО-ТО РУССКОЕ», выполненное обычным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

По результатам экспертизы заявленного обозначения Роспатентом принято решение от 23.06.2010 об отказе в государственной регистрации товарного знака ввиду его несоответствия требованиям пунктов 6 и 7 статьи 1483 Кодекса.

Указанное решение обосновано тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с товарным знаком «RUSSKAYA РУССКАЯ RUSSIAN» [1], правовая охрана которому предоставлена от имени Российской Федерации Федеральному казенному предприятию «Союзплодимпорт», 107139, Москва, Орликов пер., 1/11 (свидетельство №38389, с приоритетом от 12.03.1969, срок действия свидетельства продлен до 12.03.2019), для однородных товаров 33 класса МКТУ;

- с общеизвестным товарным знаком «RUSSKAYA РУССКАЯ RUSSIAN» [2] (далее – ОИТЗ), зарегистрированным на имя Федерального казенного предприятия «Союзплодимпорт», 107139, Москва, Орликов пер., 1/11 (свидетельство № 40);

- с наименованием места происхождения товара «РУССКАЯ ВОДКА» [3] (далее – НМПТ).

Сходство заявленного обозначения «В КАЖДОМ ЕСТЬ ЧТО-ТО РУССКОЕ» с противопоставленными ОИТЗ, товарным знаком и НМПТ определяется подобием заложенных понятий.

Заявитель выразил свое несогласие с данным решением Роспатента в поданном возражении от 27.09.2010, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение и противопоставленные ему знаки производят различное общее зрительное впечатление в силу присутствия в них различных изобразительных элементов, букв, цифр, использования букв разных алфавитов;

- при сравнении по фонетическому критерию очевидно, что по большинству признаков обозначение несходно с противопоставленными знаками и НМПТ, поскольку входящие в их состав слова RUSSIAN [РАШН] и РУССКАЯ RUSSKAYA имеют разное произношение, а кроме того в заявленном обозначении отчетливо выделяется начальная часть фразы – «В КАЖДОМ ЕСТЬ ЧТО-ТО»;

- словесные составляющие заявленного обозначения, противопоставленных знаков и НМПТ сами по себе имеют определенные значения: в первом случае прилагательное «РУССКОЕ» связано с остальной частью фразы – «В КАЖДОМ ЕСТЬ ЧТО-ТО» грамматически и семантически с образованием единой смысловой конструкции. Прилагательное «РУССКАЯ»/ «RUSSIAN»/«RUSSIAN» выступает в качестве характеристики существительного «водка»;

- семантика НМПТ РУССКАЯ ВОДКА привязана именно к территории страны (России), ее истории, традициям ее изготовления, что и проявляется в понятии «русская водка» применительно к НМПТ;

- заявленное обозначение активно используется заявителем в качестве рекламного слогана для продвижения водки «РУССКИЙ ЛЕД» и в связи с таким

продвижением приобрело различительную способность, достаточную для признания обозначения средством индивидуализации.

На основании этого заявителем выражена просьба удовлетворить возражение, отменить решение Роспатента от 23.06.2010 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака.

В качестве материалов возражения представлены документы:

- распечатка с сайта <http://ozhegov.info>;
- копия решения Роспатента от 22.06.2009;
- копия решения Роспатента от 11.02.2008;
- распечатка с сайта <http://habeas.ru>;
- распечатка с сайта <http://www.sommelier-news.com>;
- распечатка рекламы водки «русский ЛЕД»;
- распечатка с сайта <http://dni.ru>;
- распечатка с сайта <http://afisha.mail.ru>;
- распечатка с сайта <http://www.sostav.ru>;
- распечатка «Единые стандарты корпоративной социальной ответственности ОАО «Синергия» в области ответственного употребления алкогольных напитков и информирования потребителей»;
- распечатки товарных знаков по свидетельствам №№ 396224, 375822, 403227, 234855, 297558.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих, Палата по патентным спорам считает доводы возражения убедительными.

С учетом даты (21.11.2008) поступления заявки № 2008736493/50 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака составляет Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные Приказом Роспатента № 32 от 05.03.2003, зарегистрированным Минюстом России 25.03.2003, регистрационный № 4322, введенные в действие с 10.05.2003 (далее— Правила), в части, не противоречащей Кодексу.

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

сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет; 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 в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованием места происхождения товаров, охраняемым в соответствии с настоящим Кодексом, за исключением случая, когда такое обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, если регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара.

Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия (пункт 14.4.2 Правил).

В соответствии с пунктом 14.4.2.2 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы. Сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) и определяется на основании признаков, перечисленных в подпунктах (а) – (в) настоящего пункта.

Признаки, перечисленные в подпунктах (а) – (в) настоящего пункта, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункт 14.4.2.2 (г) Правил).

В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

По заявке № 2008736493/50 испрашивается регистрация в качестве товарного знака словесного обозначения «В КАЖДОМ ЕСТЬ ЧТО-ТО РУССКОЕ» [6], выполненного в две строки стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита черного цвета в отношении товаров и услуг 32, 33, 35 и 43 классов МКТУ.

Противопоставленный ОИТЗ [2] представляет собой комбинированное обозначение в виде вертикально ориентированной этикетки прямоугольной формы, разделенной на части: верхнее и нижнее поля отделены цветом, а в центре помещен прямоугольник светлого цвета. В центре этикетки выполнен оригинальным шрифтом словесный элемент «РУССКАЯ», при этом графическая проработка буквы «Р» имеет отличия в виде использования дополнительных орнаментальных элементов. Сверху справа от данного элемента расположена эмблема, содержащая словесные составляющие «СПИ». В верхнем поле этикетки содержится словесный элемент «RUSSKAYA», являющийся транслитерацией буквами латинского алфавита слова «РУССКАЯ», а в нижнем - элемент «RUSSIAN», имеющий то же значение в переводе с английского языка. Признание обозначения ОИТЗ было осуществлено в отношении товаров 33 класса МКТУ «водка».

Товарный знак [1] также является комбинированным и практически воспроизводит описанный выше ОИТЗ. Охрана ему предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ «водка «Русская».

Следует указать, что предоставление правовой охраны данным знакам тесным образом связано с самим товаром – русской водкой, что позволяет коллегии Палаты по патентным спорам прийти к выводу о том, что восприятие и

запоминание данных знаков потребителями обусловлено словосочетанием «РУССКАЯ ВОДКА».

Противопоставленное экспертизой НМПТ «РУССКАЯ ВОДКА» представляет собой словесный элемент, выполненный буквами русского алфавита, и содержащий указание непосредственно на вид товара - «водка».

Сравнительный анализ на сходство до степени смешения исследуемого обозначения и выдвинутых экспертизой противопоставлений показал следующее.

Элементом, характеризующим производимое знаками и НМПТ восприятие, является словосочетание «Русская водка», порождающее ассоциации, связанные с самим товаром.

Заявленное обозначение представляет собой фразу «В КАЖДОМ ЕСТЬ ЧТО-ТО РУССКОЕ», в которой все составляющие связаны между собой грамматически, образуя высказывание с определенным смысловым значением.

«Русский», -ое — относящийся к коренному населению России (к русским), к России; такой, как у русских, как в России. Русский народ. Русский язык (восточнославянской группы индоевропейской семьи языков). Русское гостеприимство (см. С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова, «Толковый словарь русского языка», М., «АЗЪ», 1993 г., с. 712).

С учетом приведенного выше определения, следует констатировать, что семантика заявленного обозначения заключается в том, что речь идет о человеке, в характере которого есть что-то, что присуще непосредственно русскому народу.

Указанное свидетельствует о том, что в заявленное обозначение и в противопоставления заложены иные идеи, исключаящие их смешение в гражданском обороте.

Учитывая изложенное, коллегия Палаты по патентным спорам пришла к выводу об отсутствии сходства до степени смешения между заявленным словесным обозначением и противопоставленными ОИТЗ, товарным знаком и НМПТ.

Таким образом, вывод экспертизы о том, что заявленное обозначение по заявке № 2008736493/50 не соответствует нормам пунктов 6 и 7 статьи 1483 Кодекса, является ошибочным.

Однако, на заседании, состоявшемся 03.11.2010, коллегия Палаты по патентным спорам выдвинула новое обстоятельство, отсутствовавшее в решении Роспатента от 23.06.2010, и препятствующее предоставлению исключительного права на данное обозначение. А именно, по мнению коллегии, наблюдается несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении товаров 33 и товара «пиво» 32 классов МКТУ.

В соответствии с пунктом 3 (2) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

В соответствии с пунктом 2.5.2 Правил к таким обозначениям относятся, в частности, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства, слова, написание которых нарушает правила орфографии русского языка, и т.п.

Заявителем было представлено «Дополнение к возражению», содержащее доводы в защиту предоставления правовой охраны заявленному обозначению. В частности, было указано на то, что:

- заявленное обозначение является девизом рекламной кампании алкогольного продукта российского производства с 2008 г. (то есть в период до даты подачи заявки обозначение приобрело различительную способность);

- нормы закона (ст. 5, ст. 21 ФЗ «О рекламе») содержат условия, при которых реклама может быть признана недобросовестной и недостоверной, а содержащиеся в рекламе словесные обозначения – противоречащими общественным интересам и нормам морали;

- главой 5 закона «О рекламе» установлены полномочия антимонопольного органа по осуществлению контроля в сфере рекламы, выдаче предписаний и привлечению к административной ответственности за данное правонарушение;

- очевидно, что заявленное обозначение не подпадает ни под один из критериев, указанных в данной статье, и за весь период его использования в рамках закона о рекламе ни один потребитель не пожаловался на оскорбление

своих чувств русского человека, и ни один контролирующий орган не выявил противоречия общественным интересам, нравственности и морали;

- исходя из новых оснований для отказа, еще больше противоречат общественным интересам и принципам морали и тем самым представляют большую общественную опасность противопоставленные товарные знаки и НМПТ «РУССКАЯ ВОДКА», а также большое количество товарных знаков, содержащих слово «русская», «русский» или «русское» и зарегистрированных в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения относительно его противоречия общественным интересам и принципам морали показал.

На регистрацию представлено словесное обозначение «В КАЖДОМ ЕСТЬ ЧТО-ТО РУССКОЕ», которое следует рассматривать в совокупности с товарами, для индивидуализации которых оно испрашивается – для алкогольных напитков и, в том числе, для пива.

Необходимо отметить, что обозначения, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали, называют также «скандальными знаками». Перечень таких обозначений, приведенный в нормативных документах, не является исчерпывающим, а носит обобщенный характер.

С учетом приведенной выше семантики заявленного обозначения использование его в качестве маркировки алкогольной продукции способно породить в сознании потребителей представление о том, что употребление алкоголя присуще русскому человеку, и тем самым указывающее на его склонность к пьянству. Возникновение подобных ассоциаций носит негативный характер, поскольку порочит конкретный народ и тем самым затрагивает честь и достоинство нации. Кроме того, не соответствует современным тенденциям, направленным на борьбу с чрезмерным употреблением алкогольных напитков.

Анализ «дополнения к возражению» и представленных материалов относительно противоречия заявленного обозначения общественным интересам и принципам морали позволил также установить.

Размещаемое в качестве слогана словесное обозначение «В КАЖДОМ ЕСТЬ ЧТО-ТО РУССКОЕ» при рекламе водки «РУССКИЙ ЛЕД», лицом которой был



Сильвестр Сталлоне, использовалось в совокупности с еще одной надписью «прабабушка Сильвестра Сталлоне родилась в России». Таким образом, фраза «В КАЖДОМ ЕСТЬ ЧТО-ТО РУССКОЕ» носит в данной связке (изображение Сталлоне + информация о «корнях» Сталлоне + слоган) определенную смысловую окраску, а именно ассоциирование с конкретной личностью и его родословной, а не конкретным продуктом. Таким образом, использование заявленного обозначения осуществлялось в принципиально ином контексте.

В этой связи довод об использовании заявленного обозначения в гражданском обороте до даты подачи заявки и отсутствии каких-либо нареканий со стороны общественности, равно как и противоречие законодательству о рекламе в части противоречия общественным интересам и нормам морали является неубедительным.

Исходя из вышеизложенного, маркировка товара «пиво» 32 и товаров 33 классов МКТУ заявленным обозначением расценивается коллегией Палаты по патентным спорам как неэтичная, иллюстрирующая неуважение к народу.

На основании указанного обозначение «В КАЖДОМ ЕСТЬ ЧТО-ТО РУССКОЕ» относится к категории, противоречащих общественным интересам и принципам морали.

Упомянутое обуславливает обстоятельство, по которому данное заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака как несоответствующее требованиям положений пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса.

Что касается предоставления правовой охраны товарным знакам со словесным элементом «Русская» (в разных склонениях), то необходимо отметить, что делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно с учетом конкретных обстоятельств дела.

В соответствии с вышеизложенным Палата по патентным спорам решила:

**удовлетворить возражение от 27.09.2010, изменить решение Роспатента от 23.06.2010 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2008736493/50 в качестве товарного знака в отношении следующих товаров и услуг:**

**В бюллетень "Товарные знаки, знаки обслуживания и  
наименования мест происхождения товаров"**

(511)

32 - аперитивы безалкогольные, квас [безалкогольный напиток], коктейли безалкогольные, лимонады, напитки арахисово-молочные, напитки безалкогольные, напитки изотонические, напитки на базе меда безалкогольные, напитки на основе молочной сыворотки, напитки фруктовые, напиток миндально-молочный, нектары фруктовые с мякотью, оршад, порошки для изготовления газированных напитков, сассапариль [безалкогольный напиток], сиропы для лимонадов, сиропы для напитков, сок томатный, сок яблочный, соки овощные, соки фруктовые, составы для изготовления газированной воды, составы для изготовления ликеров, составы для изготовления минеральной воды, составы для изготовления напитков, сусла, сусли виноградно-е, сусли пивное, сусли солодовое, таблетки для изготовления газированных напитков, щербет [напиток], экстракты фруктовые безалкогольные, экстракты хмелевые для изготовления пива, эссенции для изготовления напитков.

35 - абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц, агентства по импорту-экспорту, агентства по коммерческой информации, агентства рекламные, анализ себестоимости, аренда площадей для размещения рекламы, аудит, бюро по найму, ведение автоматизированных баз данных, ведение бухгалтерских книг, выписка счетов, демонстрация товаров, запись сообщений, изучение общественного мнения, изучение рынка, информация деловая, информация и советы коммерческие потребителям, исследования в области бизнеса, исследования в области маркетинга, комплектование штата сотрудников, консультации по вопросам организации и управления бизнесом, консультации по вопросам штата сотрудников, консультации по организации бизнеса, консультации по управлению бизнесом, консультации профессиональные в области бизнеса, макетирование рекламы, менеджмент в области творческого бизнеса, обзоры печати, обновление рекламных материалов, обработка текста, обслуживание секретарское, обслуживание стенографическое, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация подписки на газеты [для третьих лиц], организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, оформление витрин, оценка коммерческой деятельности, оценка леса на корню, оценка шерсти, подготовка платежных документов, поиск информации в компьютерных файлах [для третьих лиц], поиск поручителей, помощь в управлении бизнесом, помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями, представление товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи, прогнозирование экономическое, продажа аукционная, продвижение товаров [для третьих лиц], прокат офисного оборудования и аппаратов, прокат рекламного времени на всех средствах массовой информации, прокат рекламных материалов, прокат торговых автоматов, прокат фотокопировального оборудования, публикация рекламных текстов, работы машинописные, радиореклама, расклейка афиш, распространение образцов,

распространение рекламных материалов, редактирование рекламных текстов, реклама, реклама интерактивная в компьютерной сети, реклама почтой, реклама телевизионная, репродуцирование документов, сбор и предоставление статистических данных, сбор информации по компьютерным базам данных, сведения о деловых операциях, систематизация информации в компьютерных базах данных, составление налоговых деклараций, составление отчетов о счетах, составление рекламных рубрик в газете, тестирование психологическое при найме на работу, управление гостиничными делами, управление, коммерческие лицензиями на товары и услуги для третьих лиц, управление процессами обработки заказов на покупки, услуги в области общественных отношений, услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров, услуги по переезду предприятий, услуги по сравнению цен, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], услуги субподрядчика [управление коммерческое], услуги телефонных ответчиков [для отсутствующих абонентов], фотокопирование, экспертиза деловая.

43 - агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты], аренда временного жилья, аренда помещений для проведения встреч, базы отдыха, бронирование мест в гостиницах, бронирование мест в пансионатах, бронирование мест для временного жилья, гостиницы, дома для престарелых, закусочные, кафе, кафетерии, мотели, пансионаты, пансионаты для животных, прокат мебели, столового белья и посуды, прокат палаток, прокат передвижных строений, рестораны, рестораны самообслуживания, столовые на производстве и в учебных заведениях, услуги баз отдыха [предоставление жилья], услуги баров, услуги кемпингов, услуги по приготовлению блюд и доставки их на дом, ясли детские.

Приложение: сведения об уплате пошлины за регистрацию товарного знака  
на 1 л. в 1 экз.