

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 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 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 20.09.2019 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 691701, поданное ТЕРРА МОРЕТТИ С.П.А., Италия (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Регистрация товарного знака «**ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA**» с приоритетом от 09.08.2017 по заявке № 2017732400 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 15.01.2019 за № 691701. Товарный знак зарегистрирован на имя АЧАВАЛ-ФЕРРЕР С.А., Аргентина (далее – правообладатель), в отношении товаров 33 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), перечисленных в перечне свидетельства.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 20.09.2019, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 691701 произведена в нарушение требований, установленных пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Возражение основано на следующих доводах:

- оспариваемый товарный знак «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» по свидетельству № 691701 является сходным до степени смешения со знаком

« **BELLAVISTA** » по международной регистрации № 941537;

- фонетическое сходство оспариваемого товарного знака «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» с товарным знаком «BELLAVISTA» обусловлено фонетическим вхождением более раннего товарного знака в оспариваемое обозначение;

- наличие дополнительных словесных элементов «ACHAVAL FERRER FINCA» в оспариваемом обозначении не свидетельствует автоматически об отсутствии сходства;

- тождественный элемент «BELLA VISTA», в переводе с итальянского и испанского языков означающий «красивый вид, красивый пейзаж» и т.п., является оригинальным и фантазийным применительно к рассматриваемым товарам 33 класса МКТУ;

- словесные элементы «ACHAVAL FERRER» представляют собой фирменное наименование правообладателя АЧАВАЛ-ФЕРРЕР, а слово «FINCA» переводится с испанского языка на русский язык как «владение, имение, участок, поместье, усадьба» и т.п., соответственно, в целом словосочетание «ACHAVAL FERRER FINCA» означает «владение (имение, усадьба и т.п.) компании АЧАВАЛ-ФЕРРЕР»;

- основную различительную нагрузку в оспариваемом товарном знаке несет именно совпадающий элемент «BELLA VISTA»;

- графическое сходство оспариваемого товарного знака с противопоставляемым товарным знаком обусловлено тождеством элемента «BELLA VISTA», состоящего из 10 букв; который является основным с точки зрения идентифицирующей функции оспариваемого товарного знака;

- поскольку противопоставляемый товарный знак «BELLAVISTA» входит в состав оспариваемого обозначения, высока вероятность того, что более поздний товарный знак «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» будет восприниматься как производное от него обозначение;

- оригинальный шрифт знака по международной регистрации № 941537 не меняет его восприятия как словесного элемента «BELLAVISTA»;

- в ходе осуществления покупок товаров широкого потребления, к которым относится, в том числе алкогольная продукция, внимательность потребителей снижена, и они вряд ли запомнят и вообще обратят внимание на такую деталь как слитное или раздельное написание данного элемента;

- действующее законодательство допускает «использование товарного знака с изменением его отдельных элементов, не меняющим существа товарного знака и не ограничивающим охрану, предоставленную товарному знаку», это позволяет правообладателю оспариваемого товарного знака использовать его, в том числе, в оригинальном написании, сходном с оригинальным шрифтом противопоставляемого товарного знака, или в слитном написании;

- знак по международной регистрации № 941537 «BELLAVISTA» и словесный элемент «BELLA VISTA» оспариваемого товарного знака состоят из слов «BELLA», которое представляет собой женский род итальянского и испанского прилагательного со значением «красивый», и «VISTA», которое переводится с итальянского и испанского языков как «вид, пейзаж, зрелище» и т.п.;

- само по себе обозначение «ACHAVAL FERRER FINCA» является достаточно слабым, поскольку не способно отличать разные товары компании ACHAVAL FERRER друг от друга, поскольку все они происходят с территории ее владения;

- обзор товаров компании АЧАВАЛ-ФЕРРЕР, доступных на российском рынке (по данным сайта <https://winestvle.ru>), показал, что словесные элементы «ACHAVAL FERRER FINCA» присутствуют на этикетках всех товаров этого производителя; меняются лишь оригинальные названия самих вин: «ALTAMIRA», «MIRADOR», «QUIMERA»;

- обозначения «FINCA ALTAMIRA», «ACHAVAL FERRER FINCA MIRADOR», «FINCA MIRADOR», «QUIMERA» зарегистрированы в Российской Федерации в качестве товарных знаков по свидетельствам №№ 691705, 691703, 691702 и 689936;

- именно словесный элемент «BELLA VISTA» оспариваемого товарного знака в действительности выполняет функцию индивидуализации товарного знака, поскольку представляет собой оригинальное обозначение товаров, а не простое указание на их производителя и место производства;

- несмотря на наличие в оспариваемом товарном знаке словесного элемента «ACHAVAL FERRER FINCA», сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, и это позволяет сделать заключение об их сходстве;

- часть товаров в перечне оспариваемого товарного знака, а именно «вина», «ликеры», «напитки спиртовые» являются идентичными товарам, в отношении которых зарегистрирован знак по международной регистрации № 941537, в силу полного совпадения формулировок таких товаров; товары «кюрасо; ликер анисовый» в перечне оспариваемого товарного знака являются однородными товарам «ликеры» в перечне противопоставляемого товарного знака, так как соотносятся по принципу «вид - род»; товары «дигестивы [ликеры и спиртные напитки]» в перечне оспариваемого товарного знака являются однородными товарам «напитки спиртовые и ликеры» в перечне противопоставляемого товарного знака, так как соотносятся по принципу «вид - род»; товары «вино из виноградных выжимок» в перечне оспариваемого товарного знака являются однородными товарам «вина» в перечне противопоставляемого товарного знака, так как соотносятся по принципу «вид - род»; товары «аперитивы; арак; байцзю [китайский алкогольный напиток]; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; дигестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасо; ликер анисовый; ликеры; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; настойка мятная; настойки горькие; нира [алкогольный напиток на основе сахарного тростника]; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; спирт рисовый» в перечне оспариваемого товарного знака являются однородными товарам «вина, напитки спиртовые и ликеры» в перечне противопоставляемого товарного знака, так как все рассматриваемые товары представляют собой алкогольные напитки;

товары «экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые» в перечне оспариваемого товарного знака являются однородными товарам «вина, напитки спиртовые и ликеры» в перечне противопоставляемого товарного знака, так как оспариваемые товары представляют собой спиртосодержащие ингредиенты для изготовления противопоставляемых алкогольных товаров;

- все сравниваемые товары 33 класса МКТУ не только относятся к одному и тому же роду товаров, но также имеют сходное назначение, предназначены для одних и тех же потребителей, изготавливаются из одних исходных ингредиентов, имеют одинаковые условия и каналы реализации (оптовые и розничные магазины и отделы алкогольной продукции) и являются взаимозаменяемыми;

- в отношении рассматриваемых товаров у потребителя вполне может сложиться представление об их принадлежности одному изготовителю;

- однородность всех и идентичность части товаров, а также тот факт, что сравниваемые товары 33 класса МКТУ относятся к тем категориям товаров, в отношении которых существует наиболее высокий риск смешения (товары широкого потребления, краткосрочного пользования, недорогие), позволяют констатировать более высокий риск смешения сравниваемых товарных знаков, используемых для индивидуализации таких однородных товаров;

- согласно результатам поиска по обозначению «BELLA VISTA» в поисковых браузерах «Яндекс» и «Google», выявляются как товары «BELLAVISTA» компании TERRA MORETTI S.P.A, так и товары под оспариваемым товарным знаком компании АЧАВАЛ-ФЕРРЕР С.А.;

- в таких условиях высока вероятность того, что потребитель может приобрести товары, маркируемые оспариваемым товарным знаком, ошибочно полагая, что это товары «BELLAVISTA» компании TERRA MORETTI S.P.A.;

- «BELLAVISTA» компании TERRA MORETTI S.P.A. – это марка игристого вина, покорившего поклонников этого напитка во многих странах мира, его производят в одноименном поместье, расположенном в Ломбардии (Италия); название поместья можно перевести как «красивый вид», и это будет в полной мере соответствовать действительности; здесь причудливым образом переплетены

величественные Альпы, просторные поля и озеро Изео; природа создала идеальные условия для производства поистине королевского игристого вина; первое вино хозяин поместья Витторио Моретти сделал скорее в качестве забавы; ему хотелось удивить своих друзей и угостить их вином собственного производства; однако и процесс, и результат ему настолько понравились, что забава быстро переросла в серьезный бизнес, и в 1979 году на рынке появилось вино под маркой «BELLAVISTA»;

- если попытаться выразить философию бренда «BELLAVISTA» одним словом, то это будет слово «качество»; очень тщательно отбираются лозы, они растут не менее шести лет, прежде, чем с них начинают снимать урожай (общепринятая практика – 3 года); виноград собирают вручную, сок отжимают при помощи крайне деликатного пресса; полученное сусло распределяют по бочкам и стальным чанам, где оно зреет до апреля следующего года, а после начинается процесс ассамблирования;

- вина «BELLAVISTA» широко представлены на российском рынке, о чем свидетельствует, в частности, распечатка с сайта <https://winestyle.ru>; известность товарного знака «BELLAVISTA» повышает риск смешения товарного знака «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» и более раннего товарного знака.

На основании изложенного в возражении выражена просьба о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 691701 в отношении всех товаров 33 класса МКТУ, перечисленных в свидетельстве.

К возражению приложены следующие материалы:

- (1) словарные статьи «BELLA», «VISTA», «FINCA»;
- (2) распечатка с сайта <http://winestyle.ru> в отношении вин правообладателя;
- (3) распечатки сведений о товарных знаках по свидетельствам №№ 691705, 691703, 691702 и 689936;
- (4) распечатка результатов поиска в системах «Яндекс» и «Google» по запросу «BELLAVISTA»;
- (5) информация о товарах «BELLAVISTA»;
- (6) распечатка с сайта <http://winestyle.ru>.

Правообладатель, в установленном порядке ознакомленный с поступившим возражением, представил отзыв по его мотивам, содержащий следующие доводы:

- сравниваемые товарные знаки «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» и «BELLAVISTA» не являются сходными по звуковому (фонетическому) критерию, поскольку оспариваемый товарный знак «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» имеет в своем составе большее количество звуков и слогов (27 звуков, 11 слогов), чем противопоставленный «BELLAVISTA» и фонетически длиннее его;

- сравниваемые товарные знаки «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» и «BELLAVISTA» имеют разные начальные элементы, на которые при восприятии товарных знаков на слух в первую очередь, акцентируется внимание потребителя, при этом, в силу чего фонетической протяженности, он запоминается легче, чем конечный элемент «BELLA VISTA»;

- сравниваемые товарные знаки отличаются по звучанию конечной части, так как в оспариваемом товарном знаке окончание состоит из двух слов «BELLA VISTA», в то время как противопоставленный товарный знак состоит из одного слова «BELLAVISTA», что обуславливает различия в ударении (элемент «BELLA VISTA» имеет, как минимум, две ударные гласные, в то время как «BELLAVISTA» пишется в одно слово и, соответственно, имеет одно ударение), произношении (длительность произношения, наличие интонационной паузы между двумя словами и т.п.) и в фонетическом восприятии;

- сравниваемые товарные знаки «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» и «BELLAVISTA» не являются сходными по смысловому (семантическому) критерию, поскольку имеют разное смысловое значение, исходя из значений входящих в товарные знаки слов (с испанского языка «FINCA» – «поместье, усадьба, имение», «BELLA» – «красивая», «VISTA» — «вид»);

- оспариваемый товарный знак «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» имеет значение «Красивый Вид Поместья Ачавал Феррер», в то время как согласно он-лайн словарям противопоставленный товарный знак «BELLAVISTA» переводится как «вид, панорама» ;

- в сравниваемые товарные знаки заложены разные идеи: если оспариваемый товарный знак в целом ассоциируется с видом поместья Ачавал Феррер, то противопоставленный товарный знак обозначает некий абстрактный вид, панораму;

- доводы лица, подавшего возражение, о слабой различительной способности словесного элемента «ACHAVAL FERRER FINCA» оспариваемого товарного знака являются необоснованными, так как указанный элемент представляет собой оригинальный элемент товарного знака, не является общеупотребимым или описательным, характеризующим индивидуализируемые товары 33 класса МКТУ (вино и алкогольные напитки), и, кроме того, является основой для серии товарных знаков правообладателя («ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» по свидетельству № 691701, «ACHAVAL FERRER FINCA MIRADOR» по свидетельству № 691703), что свидетельствует о сильной различительной способности указанного элемента товарного знака;

- тот факт, что элемент «ACHAVAL FERRER» повторяет фирменное наименование правообладателя, не может свидетельствовать о его слабой индивидуализирующей способности, а наоборот, говорит о наличии сильной различительной способности этого элемента;

- сравниваемые товарные знаки «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» и «BELLAVISTA» не являются сходными по визуальному признаку, поскольку оспариваемый товарный знак обладает значительной зрительной протяженностью и состоит из пяти слов, в то время как противопоставленный товарный знак состоит из одного слова;

- оспариваемый товарный знак выполнен стандартным шрифтом, в то время как противопоставленный товарный знак выполнен в оригинальном шрифте;

- визуального сходства у сравниваемых товарных знаков отсутствует, что обусловлено их разным общим зрительным впечатлением.

На основании изложенного правообладателем выражена просьба об отказе в удовлетворении возражения.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 25.11.2019, правообладателем заявлено об отказе от ранее представленного ходатайства о переносе

даты заседания. Однако, ходатайство о переносе заявлено лицом, подавшим возражение.

Рассмотрев представленное ходатайство, коллегия отказала в его удовлетворении в связи с отсутствием целесообразности отложения рассмотрения, учитывая приведенные в возражении основания для оспаривания и объем представленного правообладателем отзыва.

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

С учетом даты (09.08.2017) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость

звучков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

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

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

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Лицо, подавшее возражение, является правообладателем знака

« **BELLAVISTA** » по международной регистрации № 941537. Кроме того, согласно сведениям, размещенным на сайте сайта <http://winestyle.ru> (6), на территории Российской Федерации предлагается продукция, маркированная указанным товарным знаком. Изложенные обстоятельства позволяют установить заинтересованность ТЕРРА МОРЕТТИ С.П.А., Италия, в подаче возражения, предусмотренную пунктом 2 статьи 1513 Кодекса.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 691701 представляет собой словесное обозначение « **ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA** », выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана действует в отношении товаров 33 класса МКТУ – *«аперитивы; арак; байцзю [китайский алкогольный напиток]; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; дижестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасо; ликер анисовый; ликеры; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; настойка мятная; настойки горькие; нира [алкогольный напиток на основе сахарного тростника]; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые»*.

Противопоставленный в возражении знак по международной регистрации № 941537 представляет собой обозначение « **BELLAVISTA** », выполненное в оригинальной шрифтовой манере заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана данного товарного знака действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 33 класса МКТУ *«wines, spirits and liqueurs» (вина, спиртные напитки и ликеры)*.

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству № 691701 и противопоставленного знака по международной регистрации № 941537 показал следующее.

Противопоставленный товарный знак представляет собой один словесный элемент, выполненный таким образом, что части «BELLA» и «VISTA» выделены визуально за счет графической проработки букв «B» и «V», соответственно.

Оспариваемый товарный знак выполнен в стандартном шрифтовом исполнении, включает элемент «BELLA VISTA», выполненный отдельно и расположенный в конце обозначения.

Фонетическое сходство оспариваемого и противопоставленного товарных знаков обусловлено такими признаками звукового сходства как наличие совпадающих звуков и слогов в сравниваемых обозначениях, а также полное фонетическое вхождение одного обозначения в другое.

Анализ смыслового признака сходства показал, что согласно словарным статьям словосочетание «BELLA VISTA» может быть переведено как «красивый вид». Указанное значение данного словосочетания приведено как в возражении, так и в отзыве, следовательно, не оспаривается сторонами. В свою очередь, слово «BELLAVISTA» в слитном написании также закреплено в словарных статьях, переводится как панорама, вид (перевод с итальянского, см. <https://www.lingvolive.com>). Панорама – широкий вид какой-либо местности, открывающийся с высоты, с возвышенности (Словарь русского языка: В 4-х томах / РАН, Институт лингвистических исследований; Под ред. А.П. Евгеньевой — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999; (электронная версия): Фундаментальная электронная библиотека, <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/16/ma301730.htm?cmd=0&istext=1>).

Таким образом, следует констатировать наличие смыслового сходства элементов «BELLA VISTA» и «BELLAVISTA», поскольку очевидным представляется подобие заложенных в них понятий, идей.

Словесная часть «ACHAVAL FERRER» оспариваемого товарного знака представляет собой наименование правообладателя, не имеет перевода, то есть является фантазийным обозначением. Слово «FINCA» является лексической единицей как испанского, так и итальянского языков, означает «имение, усадьба», либо «колонка, рубрика». Наиболее вероятным, с учетом места нахождения

правообладателя, представляется использование слова испанского происхождения (имение, усадьба).

Вместе с тем следует отметить, что в целом оспариваемый товарный знак «ACHAVAL FERRER FINCA BELLA VISTA» не воспринимается как семантически и грамматически связанная конструкция. Правообладателем не приведены доказательства грамматической связи всех имеющихся в оспариваемом товарном знаке слов. При этом, учитывая то, что знание испанского языка российскими потребителями не является достаточно широким для вывода о восприятии товарного знака именно в значении «Красивый Вид Поместья Ачавал Феррер», оспариваемый товарный знак может быть воспринят как состоящий из разных частей, в целом фантазийных для потребителя.

Что касается роли элементов «BELLA VISTA» в составе оспариваемого товарного знака, то она не может быть признана второстепенной, поскольку при фонетическом воспроизведении знака рассматриваемая часть выделяется ритмически, интонационно и логически. При этом противопоставленный товарный знак полностью включен в состав оспариваемого обозначения с незначительным изменением, не влияющим на восприятие совпадающей части в целом.

Вышеуказанные обстоятельства свидетельствуют о наличии такого признака смыслового сходства сравниваемых товарных знаков как совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение.

Визуальная оценка свидетельствует о наличии различной визуальной длины сравниваемых товарных знаков, однако, в обоих случаях использованы буквы латинского алфавита и не используются активные, яркие графические элементы, формирующие качественно разное общее зрительное впечатление сравниваемых обозначений. В связи с этим названных различий недостаточно для признания сравниваемых товарных знаков не сходными.

Изложенные выше обстоятельства приводят к выводу о том, что оспариваемый товарный знак сходен с товарным знаком лица, подавшего возражение, несмотря на отдельные отличия.

В отношении однородности товаров, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, и товаров, указанных в перечне международной регистрации № 941537, коллегия отмечает следующее.

Однородность товаров 33 класса МКТУ сравниваемых перечней представляется очевидной, поскольку все товары являются алкогольной и/или спиртосодержащей продукцией.

Так, согласно статьи 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 подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха. 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 0,5 процента объема готовой продукции.

Таким образом, все товары 33 класса МКТУ оспариваемой регистрации признаны однородными товарам 33 класса МКТУ противопоставленной регистрации.

С учетом вышеизложенного оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения со знаком по международной регистрации № 941537 в отношении однородных товаров 33 класса МКТУ, следовательно, не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Данный вывод сделан с учетом правоприменительной практики, согласно которой вероятность смешения зависит от степени сходства обозначений и степени однородности товаров для обычных потребителей соответствующих товаров. При этом такая вероятность может иметь место и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров, или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) обозначения и товарного знака (постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 31 мая 2018

года № С01-268/2018 по делу № СИП-450/2017; определения Верховного суда Российской Федерации от 05.12.2017 № 300-КГ17-12018, 05.12.2017 № 300-КГ17-12023).

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

удовлетворить возражение, поступившее 20.09.2019, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 691701 недействительным полностью.