

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
коллегии по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261, зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за № 59454 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 06.03.2023 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 675274, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Борихинский пивоваренный завод», Алтайский край, п. Бориха (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.



Регистрация товарного знака «» с приоритетом от 25.05.2017 по заявке № 2017720698 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 13.10.2018 за № 675274. Товарный знак зарегистрирован на имя Данилюка Александра Николаевича, г. Омск (далее – правообладатель), в отношении товаров 09, 16, 20, 21, 25, 32 и услуг 35, 39, 43 классов МКТУ.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 06.03.2023, выражено мнение о том, что

регистрация товарного знака по свидетельству № 675274 для товаров 32 и услуг 35 классов МКТУ произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Возражение основано на доводах о том, что оспариваемый товарный знак включает элемент «**СЛАДОВАР**», являющийся зарегистрированным на имя лица, подавшего возражение, товарным знаком (свидетельство № 478934), сходный с товарным знаком «**SLADOVAR**» по свидетельству № 902025, правообладателем которого также является лицо, подавшее возражение. Товары 32 класса МКТУ оспариваемой регистрации однородны товарам 32 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрированы товарные знаки лица, подавшего возражение. При этом согласия на регистрацию оспариваемого товарного знака правообладателю не предоставлялось, в связи с чем регистрация № 675274 нарушает положения пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

По мнению лица, подавшего возражение, потребители уже давно знают бренд «СЛАДОВАР» и ассоциируют его исключительно с ООО «Борихинский пивзавод». Использование этого обозначения для названия напитков или в названии магазина будет порождать ложные ассоциации с товарами ООО «Борихинский пивзавод».

В частности, лицо, подавшее возражение, отметило, что с 2001 года производит и продает пиво и безалкогольные напитки, индивидуализируемые обозначением «СЛАДОВАР», что подтверждается декларациями о соответствии продукции (<https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration>), информацией из сети Интернет, а также данными относительно объема производимых и реализуемых лицом, подавшим возражение, товаров.

Несоответствие оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса в возражении обосновывается включением в его состав слов «Бирхаус» и «In Beer We Trust», которые указывают на назначение товаров и/или услуг, для которых товарный знак зарегистрирован. Так, словесный элемент «Бирхаус» представляет собой выполненное буквами русского алфавита словосочетание «beer house», означающее «пивная», «пивнуха», «пивное

заседание», широко используемое в таком смысловом значении для названия ресторанов и баров. В свою очередь, услуги 35 класса МКТУ, для которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, не связаны с продажей или потреблением пива, а относятся к иной сфере. Кроме того, оспариваемый товарный знак является ложным для всех рубрик 32 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства № 675274, поскольку они относятся к безалкогольным напиткам, тогда как словесные элементы товарного знака указывают на пиво – алкогольную продукцию. Слоган «In Beer We Trust» еще больше подтверждает, что производимые под оспариваемым обозначением товары и оказываемые услуги связаны с пивом и услугами пивных заведений.

Относительно заинтересованности в оспаривании правовой охраны товарного знака по свидетельству № 675274 лицо, подавшее возражение, привело сведения о подаче им заявки № 2022776917 на регистрацию в качестве товарного знака

сладовар

комбинированного обозначения «**сладовар**». Регистрация данного обозначения испрашивается лицом, подавшим возражение, в отношении товаров 32 и 35 классов МКТУ. Обозначение «СЛАДОВАР» является основным брендом линейки продукции лица, подавшего возражение, деятельность которого, главным образом, связана с производством пива и безалкогольных напитков (<https://boriha.ru>). Кроме того, лицо, подавшее возражение, осуществляет торговлю розничную безалкогольными напитками в специализированных магазинах.

На основании изложенного в возражении выражена просьба о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 675274 в отношении всех товаров 32 и услуг 35 классов МКТУ, для которых товарный знак зарегистрирован.

К возражению приложены следующие материалы:

- (1) распечатки <https://boriha.ru/products/>, <https://boriha.ru>;
- (2) распечатка сведений в отношении лица, подавшего возражение, из Единого государственного реестра юридических лиц;

(3) справка от 20.02.2023 об объемах продукции, маркированной обозначением «СЛАДОВАР»;

(4) распечатка сведений о товарных знаках по свидетельствам №№ 478934, 902025, 675274;

(5) распечатка сведений о заявке № 2022776917;

(6) распечатки сведений о декларациях от 02.06.2014 № ТС N RU Д-RU.АЯ82.В.00749, от 02.06.2014 № ТС N RU Д-RU.АЯ82.В.00747, от 28.09.2016 № ТС N RU Д-RU.АЯ82.В.03473;

(7) распечатки результатов поискового запроса «пиво сладовар» на сайте <https://www.google.com/>;

(8) каталог «Бирхаус»;

(9) распечатка сведений перевода слова «beerhouse» с сайта <https://www.multitran.com/>;


(10) копии страниц Англо-русского словаря В.К. Мюллера, 1991 г.;

(11) копии страниц Большого толкового словаря русского языка (составитель С.А. Кузнецов), 2000 г.;

(12) распечатки результатов поискового запроса «Бирхаус» на сайте <https://www.google.com/>.



Правообладатель, в установленном порядке ознакомленный с поступившим возражением, 12.04.2023 представил отзыв по его мотивам, в котором выразил несогласие с доводами возражения, а также привел аргументы в отношении того, что представленные с возражением доказательства не демонстрируют использование лицом, подавшим возражение, обозначения «СЛАДОВАР».

Правообладатель сообщил, что словесные элементы оспариваемого товарного знака являются сокращенным вариантом слоганов «Славься дарованный одай, ваш результат» («СЛАДОВАР») и «Быть инструментом разумного хауса» («Бирхаус»). При этом сам оспариваемый товарный знак содержит объекты авторских прав, созданные Зеленовой В.А. и переданные по соответствующему договору правообладателю, нашедшие отражение в иных товарных знаках правообладателя:

«  » по свидетельству № 597116, « Бирхаус » по свидетельству

№ 598909, «  » по свидетельству № 666900, «  » по

свидетельству № 711449, «  » по свидетельству № 859664,

«  » по свидетельству № 693119, «  » по свидетельству

№ 785631, «  » по свидетельству № 940518.

Правообладатель отметил, что распространение пива и сопутствующих продуктов он начал с 03.11.2004, спорное обозначение используется в сети «Бирхаус» в 141 магазинах Омской и Тюменской областях, что подтверждается многочисленными договорами и платежными документами, представленными с отзывом. В связи с указанным правообладатель не усматривает оснований для аннулирования правовой охраны оспариваемого товарного знака в отношении товаров 32 и услуг 35 классов МКТУ.

По мнению правообладателя, заинтересованность лица, подавшего возражение, не подтверждена, поскольку до даты подачи возражения отсутствуют доказательства о производстве и продаже пива «СЛАДОВАР», при том, что вид деятельности «производство пива» внесен в ЕГРЮЛ лицом, подавшим возражение, только в 2007 году, что не соответствует доводу возражения о производстве продукции с 2001 года. Также правообладатель обращает внимание на то, что противопоставленные товарные знаки не зарегистрированы в отношении услуг 35

класса МКТУ, что согласуется с данными справки, по которой отсутствуют сведения о производстве и продаже пива «СЛАДОВАР» после 31.12.2018.

Дополнительно правообладатель информирует о том, что Судом по интеллектуальным правам рассматривается инициированное тем же лицом дело № СИП-60/2023 о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака по свидетельству № 675274, в рамках которого ООО «Борихинский пивоваренный завод» представлены иные материалы. При этом правообладатель полагает, что доверенность, на основании которой действуют представители обратившегося с возражением лица, является фальсифицированной, о чем представлено заключение почерковедческой экспертизы.

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

К отзыву приложены следующие материалы:

(13) копия заключения № 29/1-П/2023 от 31.03.2023 по почерковедческому исследованию;

(14) благодарственные письма правообладателю и его сети магазинов «Бирхаус»;

(15) копии договоров об изготовлении по заказу правообладателя рекламных материалов, 2016 г.;

(16) копии договоров об аренде правообладателем и его лицензиатом нежилых помещений, 2016, 2019, 2020 гг.;

(17) копии платежных документов об арендной плате, 2020, 2021 гг.;

(18) заявление о регистрации права на использование товарного знака;

(19) фотографии магазинов;

(20) эскизы логотипов, копии счетов и платежных документов об изготовлении вывесок;

(21) копия договора авторского заказа от 14.11.2018 в отношении создания эскизов, проекта, чертежей и макетов для торговых помещений магазинов-баров «Beerhouse»;

(22) копия письма от 05.04.2023 № 6-2899 ФБУ Российского Федерального центра судебной экспертизы при Министерстве юстиции Российской Федерации в отношении почерковедческой экспертизы.

Лицо, подавшее возражение, после ознакомления с отзывом правообладателя представило свои пояснения, в которых сообщило о том, что заключение почерковедческой экспертизы не отвечает признакам судебной экспертизы и проведено в отсутствие оригинальной подписи директора лица, подавшего возражение, что исключает обоснованность и корректность выводов заключения. Для исключения сомнений в действительности волеизъявления лица, подавшего возражение, относительно подачи рассматриваемого возражения с пояснениями представлено нотариально удостоверенное заявление директора о том, что подпись на представленных документах была выполнена им лично, а также дополнительно представлена нотариально удостоверенная доверенность.

Также лицо, подавшее возражение, привело довод о том, что рассмотрение Судом по интеллектуальным правам дела о неиспользовании товарного знака по свидетельству № 675274 не относится к рассмотрению возражения и не влияет на оценку охраноспособности оспариваемого товарного знака.

Относительно позиции правообладателя о недоказанности лицом, подавшим возражение, ведения деятельности по производству и продаже пива и газированных напитков под обозначением «СЛАДОВАР», в пояснениях содержится обоснование отсутствия доказательств, относящихся к периоду после 2018 года, основанное на том, что при оспаривании правовой охраны товарного знака значение имеют лишь обстоятельства, имевшие место на дату подачи заявки на его регистрацию, то есть на 25.05.2017.

Также лицом, подавшим возражение, обращено внимание на то, что в своем отзыве правообладатель использовал фотографии пива «СЛАДОВАР», произведенного лицом, подавшим возражение, что иллюстрирует известность ему сведений о продукции ООО «Борихинский пивзавод», маркируемой спорным обозначением.

Дополнительно лицо, подавшее возражение, прокомментировало довод правообладателя о том, что наименование «СЛАДОВАР» является сортом пива, используются иными лицами. В частности, отмечается, что никаких иных производителей, использующих спорное слово на упаковках пива и безалкогольных напитков, не установлено, в том числе из материалов, представленных правообладателем. В свою очередь, смысловое содержание спорного элемента как слогана «Славься дарованный одай, ваш результат» не очевиден для российского потребителя, не следует из общего впечатления, производимого оспариваемым товарным знаком в целом.

Кроме того, лицо, подавшее возражение, считает несостоятельным довод правообладателя о возникновении у последнего авторского права на словесный элемент «Бирхаус», вследствие этого просит оценивать его как слитно написанное буквами русского алфавита словосочетание «beer house».

К указанным пояснениям, представленным 17.05.2023, лицо, подавшее возражение, приложило следующие дополнительные материалы:

(23) заявление учредителя и генерального директора ООО «Борихинский пивзавод» о выдаче 27.04.2023 доверенности представителям;

(24) доверенность представителям, выданная 27.04.2023;

(25) копия возражений истца по делу № СИП-60/2023;

(26) сведения о направлении копии пояснений правообладателю.

В порядке, предусмотренном пунктом 19 Правил ППС, указанные дополнительные пояснения и приложенные к нему материалы были размещены на официальном сайте для ознакомления с ними правообладателем. В заседаниях коллегии по рассмотрению возражения представитель правообладателя участия не принимал, дополнительных доводов в связи с поступившими 17.05.2023 пояснениями не представлял.

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

С учетом даты (25.05.2017) подачи заявки на регистрацию 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572, (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.

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.

Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42 – 44 Правил.

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

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

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом

характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

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

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

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

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

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

В соответствии с подпунктом 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 к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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.



Оспариваемый товарный знак «» по свидетельству № 675274 представляет собой комбинированное обозначение, выполненное в виде темной этикетки овальной формы, внутри которой в центральной части расположено стилизованное изображение здания, обрамленное колосьями и расположенное внутри светлого овала меньшего размера. На фоне оставшейся части темного овала расположены словесные и изобразительные элементы, а именно, слова «Сладовар», «In Beer We Trust», изображения ветвей с листьями, изображения звезд вокруг слова «Сладовар». В нижней части этикетки расположена стилизованная лента, на фоне которой выполнено слово «Бирхаус». Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 09, 16, 20, 21, 25, 32 и услуг 35, 39, 43 классов МКТУ.

Оценив доводы возражения, приведенные подавшим его лицом в доказательство своих требований, доводы правообладателя, а также имеющиеся в материалах дела документы и сведения, коллегия установила следующее.

В соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Правообладатель в своем отзыве выразил несогласие с возможностью признания обратившегося с возражением лица заинтересованным в оспаривании правовой охраны товарного знака по свидетельству № 675274.

В связи с указанным доводом коллегия отмечает, что действующее законодательство не конкретизирует понятие «заинтересованное лицо» и в то же время не содержит ограничений по видам заинтересованности.

Заинтересованность устанавливается в каждом отдельном случае применительно к конкретным основаниям оспаривания предоставления правовой охраны товарному знаку.

Анализ заинтересованности лица, подавшего возражение, показал следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 675274 оспаривается в связи с его несоответствием, по мнению лица, подавшего возражение, требованиям пунктов 3 (1) и 10 статьи 1483 Кодекса.

По основаниям, предусмотренным пунктом 10 статьи 1483 Кодекса, правовая охрана товарных знаков может оспариваться в случае подачи возражения до истечения пятилетнего срока, который исчисляется со дня публикации сведений о государственной регистрации оспариваемого товарного знака (13.10.2018).

Рассматриваемое возражение подано 06.03.2023, то есть в пределах установленного подпунктом 2 пункта 2 статьи 1512 Кодекса пятилетнего срока.

На имя ООО «Борихинский пивзавод» зарегистрированы товарные знаки «СЛАДОВАР» и «SLADOVAR» по свидетельствам №№ 478934 и 902025, охраняемые для пива и безалкогольных напитков.

Для признания заинтересованности лица по основаниям, предусматривающим противопоставление исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности (относительные основания – пункт 10 статьи 1483 Кодекса), достаточным является тот факт, что обратившееся с возражением лицо обладает исключительными правами на противопоставляемые им объекты.

Что касается оснований оспаривания правовой охраны товарного знака, предусмотренных подпунктом 1 пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, то согласно выписке из ЕГРЮЛ (2), основным видом деятельности лица, подавшего возражение,

является производство пива. В то же время лицом, подавшим возражение, в качестве дополнительных видов деятельности указаны такие виды деятельности, как производство безалкогольных напитков, питьевых вод, включая минеральные воды, торговля оптовая и розничная соответствующей продукцией.

Таким образом, обратившееся с возражением лицо может быть признано имеющим намерение и/или возможности осуществлять виды деятельности, перечисленные выше, что соотносится с товарами 32 (производство пива и безалкогольных напитков) и услугами 35 (торговля оптовая и розничная пивом и безалкогольными напитками) классов МКТУ.

Согласно представленным сторонами спора сведениям, в Суде по интеллектуальным правам находится на рассмотрении дело о неиспользовании товарного знака по свидетельству № 675274, инициированное лицом, подавшим возражение, действия которого связаны, в том числе, с поданной заявкой № 2022776917 на регистрацию в качестве товарного знака комбинированного

сладовар

обозначения «**сладовар**» не только для товаров 32 класса МКТУ, охватываемых ранее зарегистрированными на имя лица, подавшего возражение, товарными знаками, но и для услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых имеется намерение в осуществлении прав на обозначение со словесным элементом «СЛАДОВАР».

Важно отметить, что в данном случае правовая охрана товарного знака по свидетельству № 675274 оспаривается по основанию, в соответствии с которым не допускается регистрация товарных знаков, вводящих потребителей в заблуждение, что означает нарушение прав неограниченного круга лиц – потребителей (абсолютное основание).

Названные обстоятельства в своей совокупности свидетельствуют о достаточности имеющихся сведений для признания заинтересованности лица, подавшего возражение, в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 675274 также по основанию, предусмотренному подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В отношении замечания правообладателя о том, что материалы возражения не содержат доказательств фактического осуществления лицом, подавшим возражение, деятельности после 2018 года, следует отметить, что наличие заинтересованности связывается с намерением лица осуществлять деятельность, однородную оспариваемым товарам и услугам, с использованием обозначения «СЛАДОВАР», что согласуется с правоприменительной практикой относительно признания лица, подавшего возражение, заинтересованным в оспаривании правовой охраны товарного знака.

Резюмируя сказанное выше, коллегией установлена заинтересованность лица, подавшего возражение, в отношении всех правовых оснований, приведенных в возражении, что не означает признания убедительности доводов возражения по существу о несоответствии спорной регистрации соответствующим положениям законодательства.

По возражениям против предоставления правовой охраны товарному знаку основания для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку определяются исходя из законодательства, действовавшего на дату подачи заявки в Роспатент (см. пункт 27 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

Исходя из сказанного, соответствие оспариваемого товарного знака требованиям охраноспособности (статья 1483 Кодекса) устанавливается, в отличие от заинтересованности, на 25.05.2017.

Анализ соответствия оспариваемого товарного знака требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса в связи с присутствием в составе товарного знака словесных элементов «Бирхаус» и «In Beer We Trust» показал следующее.

Согласно представленному с возражением источнику – Англо-русскому словарю Мюллера В.К., 1991 г., с. 69 – слово «beerhouse» переводится как «пивная». Указанное значение, по мнению лица, подавшего возражение, должно быть соотнесено со значением слова «Бирхаус», присутствующим в составе оспариваемого обозначения.

Вместе с тем коллегия отмечает, что средний российский потребитель в недостаточной степени обладает знаниями английского языка, вследствие чего для такого восприятия спорного элемента в составе оспариваемого товарного знака могут быть исследованы вероятные ассоциативные связи адресной группы потребителей.

В данном случае в возражении не представлено каких-либо доказательств соответствующего восприятия потребителями слова «Бирхаус». Одновременно в возражении испрашивается оценка спорного слова «Бирхаус» в качестве выполненного буквами русского алфавита словосочетания «beer house» в значении «пивное заседание».

Следует отметить, что довод возражения о широком использовании спорного словесного элемента «Бирхаус» в соответствующих значениях представленными материалами не проиллюстрирован, следовательно, коллегия может располагать исключительно сведениями представленного словарного источника.

Оценивая доводы возражения в их совокупности, коллегия обращает внимание на то, что обозначения, указывающие на не присущее конкретному товару / услуге свойство, которое средним потребителем не может быть воспринято как правдоподобное, ложными в смысле подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не являются.

Оспариваемые товары 32 класса МКТУ – *«экстракты фруктовые безалкогольные, напитки фруктовые безалкогольные, напитки на основе молочной сыворотки, составы для изготовления напитков, эссенции для изготовления напитков, соки фруктовые, сиропы для напитков, воды [напитки], составы для изготовления газированной воды, вода литиевая, воды минеральные [напитки], составы для изготовления минеральной воды, вода сельтерская, воды столовые, лимонады, соки овощные [напитки], сиропы для лимонадов, оршад, вода содовая, щербет [напиток], сок томатный [напиток], напитки безалкогольные, молоко миндальное [напиток], таблетки для изготовления газированных напитков, порошки для изготовления газированных напитков, воды газированные, сассапариль [безалкогольный напиток], аперитивы безалкогольные, коктейли безалкогольные,*

нектары фруктовые с мякотью безалкогольные, напитки изотонические, молоко арахисовое [напитки безалкогольные], сок яблочный безалкогольный, квас [безалкогольный напиток], напитки на базе меда безалкогольные, смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей], напитки на основе алоэ вера безалкогольные, напитки на базе сои, кроме заменителей молока, напитки обогащенные протеином спортивные, напитки на базе риса, кроме заменителей молока, напитки со вкусом кофе безалкогольные, напитки со вкусом чая безалкогольные» представляют собой безалкогольные напитки, а также воды и составы для их изготовления. Возможность реализации таких товаров в заведениях типа «пивная» не исключается, при этом в самом слове «Бирхаус» не заложено какого-либо очевидного указания на свойства товаров. Восприятие данного словесного элемента в качестве указания исключительно на алкогольный напиток является домысливанием.

Коллегия полагает, что возможные представления потребителей о том, что названные товары при их маркировке обозначением, включающим спорный элемент «Бирхаус», имеют не присущие этим товарам вид и свойства, является неправдоподобным. Иного материалами возражения не доказано.

Что касается услуг продвижения, то они, в большинстве своем, не конкретизированы видами товаров, по отношению к которым оказываются. Так, услуги *«агентства по импорту-экспорту, агентства рекламные, аренда площадей для размещения рекламы, демонстрация товаров, изучение общественного мнения, изучение рынка, информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная], исследования конъюнктурные, исследования маркетинговые, консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии, макетирование рекламы, маркетинг, написание текстов рекламных сценариев, обновление рекламных материалов, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация показов мод в рекламных целях, организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, оформление витрин, оформление рекламных материалов, предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг,*

предоставление перечня веб-сайтов с рекламной целью, презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, продажа аукционная, продвижение продаж для третьих лиц, 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, расклейка афиш / реклама наружная, распространение образцов, распространение рекламных материалов, рассылка рекламных материалов, редактирование рекламных текстов, реклама, реклама интерактивная в компьютерной сети, реклама почтой, реклама телевизионная, составление информационных индексов в рекламных целях, телемаркетинг, управление потребительской лояльностью, управление процессами обработки заказов товаров, услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров, услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж, услуги рекламные <оплата за клик> /услуги PPC, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» не связаны с каким-либо товаром, свойствами товаров или их назначением, следовательно, они не могут быть признаны ложным образом охарактеризованными понятием «Бирхаус».

Аналогично, при маркировке услуг «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц, бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании, согласование деловых контрактов для третьих лиц, согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц, организация подписки на газеты для третьих лиц, посредничество коммерческое [обслуживание], услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов», относящихся к посреднической деятельности, возможное восприятие слова «Бирхаус» в значениях «пивная» или «пивное заседание» не порождает правдоподобного неверного представления о свойствах / назначении услуг, поскольку услуги торговых заведений с распивочной продажей пива не имеют каких-либо признаков совпадения рода, вида или условий оказаний с названными услугами.

Бухгалтерские и бизнес-услуги «агентства по коммерческой информации, анализ себестоимости, аудит коммерческий, ведение бухгалтерских документов, выписка счетов, запись сообщений [канцелярия], информация деловая, консультации по вопросам организации и управления бизнесом, консультации по организации бизнеса, консультации по связям с общественностью в рамках коммуникационной стратегии, консультации по управлению бизнесом, консультации профессиональные в области бизнеса, исследования в области бизнеса, менеджмент в области творческого бизнеса, менеджмент спортивный, обработка текста, оценка коммерческой деятельности, подготовка платежных документов, поиск поручителей, помощь в управлении бизнесом, помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями, прогнозирование экономическое, службы консультативные по управлению бизнесом, регистрация данных и письменных сообщений, репродуцирование документов, составление налоговых деклараций, составление отчетов о счетах, составление информационных индексов в коммерческих целях, управление внешнее административное для компаний, управление гостиничным бизнесом, 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 программами часто путешествующих, услуги в области общественных отношений, услуги машинописные, услуги по напоминанию о встречах [офисные функции], услуги по переезду предприятий, услуги по подаче налоговых деклараций, услуги по программированию встреч (офисные функции), услуги по сравнению цен, услуги секретарей, услуги стенографистов, услуги субподрядные [коммерческая помощь], услуги фотокопирования, экспертиза деловая» предназначены для предприятий и иных лиц, осуществляющих коммерческую деятельность, связаны с консультированием по профессиональным вопросам, относящимся к ведению бизнеса, с обеспечением такого ведения бизнеса, при этом не называют какую-либо определенную форму предприятия. По этой причине слово «Бирхаус» не называет явным образом неверных свойств или назначения данных услуг.

Услуги кадровые «бюро по найму, комплектование штата сотрудников, консультации по управлению персоналом, управление деятельностью внештатных сотрудников, написание резюме для третьих лиц, тестирование психологическое при подборе персонала» имеют своей целью обеспечение предприятий персоналом, при этом вид предприятий может быть разным, вследствие чего не возникает представления о несуществующих свойствах, назначения или способа оказания данных услуг при маркировке их обозначением со словом «Бирхаус».

Услуги информационного обеспечения «ведение автоматизированных баз данных, обзоры печати, обновление и поддержание информации в регистрах, обновление и поддержка информации в электронных базах данных, поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц, предоставление деловой информации через веб-сайты, предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов, предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой целью сбор и предоставление статистических данных, сбор информации в компьютерных базах данных, сведения о деловых операциях, систематизация информации в компьютерных базах данных, услуги по оптимизации трафика веб-сайта» являются сопутствующими услугам в сфере бизнеса, напрямую не связаны с конкретными видами предприятий и их услугами, вследствие чего спорный элемент не может быть признан ложным или вводящим потребителей в заблуждение по отношению к данным услугам.

Услуги проката оборудования для ведения бизнеса «прокат офисного оборудования и аппаратов, прокат фотокопировального оборудования» также являются сопутствующими по отношению к услугам в сфере бизнеса, они имеют принципиально иное назначение, условия оказания в сравнении с услугами, которые могут оказываться в торговых заведениях с распивочной торговлей пивом. Как следствие, возможное неверное восприятие спорного элемента для данных услуг, на которое указывает лицо, подавшее возражение, не отвечает критерию правдоподобности.

В то же время для услуг «продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского

назначения», которые представляют собой торговлю лекарственными средствами, ветеринарными и гигиеническими препаратами, а также материалами медицинского назначения, назначением которых является торговля, аналогично назначению услуг пивных, при этом называющих качестве объекта торговли определенные виды товаров, реализация которых не возможна в торговых предприятиях с распивочной торговлей пивом, спорное обозначение может расцениваться как ложное. Ложность элементов является очевидной, она не требует обоснования.

Что касается аналогичной аргументации возражения, связанной с присутствием в составе оспариваемого товарного знака словосочетания «In Beer We Trust», что коллегией установлено следующее.

Словосочетание «In Beer We Trust» в представленном виде отсутствует в словарных источниках, следовательно, его смысловое значение устанавливается исходя из совокупности значений входящих в него слов. Словарных источников относительно понимания данного элемента лицом, подавшим возражение, не представлено.

Согласно сведениям Интернет-словарей слово «Beer» переводится как «пиво» (<https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/831054>), слово «Trust» означает «доверие, вера» (<https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/1054002>), слово «We» является местоимением «мы» (<https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/1068042>). Вся фраза целиком может быть переведена с английского языка на русский язык как «Мы верим в пиво» (<https://translate.google.com>), «В пиво мы верим» (<https://translate.yandex.ru>). Представленная в оспариваемом обозначении конструкция данного словосочетания не несет ясной и однозначной семантики, следовательно, для оценки справедливости доводов возражения требуется анализ восприятия его потребителями.

Позиция обратившегося с возражением лица предполагает, что потребитель узнает слово «beer» в составе фразы и будет воспринимать ее в целом как связанную с товарами и услугами по производству пива, торговле пивом. Вместе с тем для такого вывода достаточные основания отсутствуют, поскольку потребитель с той же степенью вероятности знаком со словами «in», «we» и «trust», следовательно, может

представить какой-либо перевод предложенной ему фразы. Как установлено ранее, дословный перевод имеющегося в составе оспариваемого товарного знака словосочетания «In Beer We Trust» не приводит информированного потребителя к однозначному умозаключению о том, что она характеризует деятельность по производству или торговле пивом. Представленное словосочетание воспринимается в качестве слогана, косвенным образом ориентирующего потребителя о том, что товары и услуги, для индивидуализации которых предназначено спорное обозначение, связаны с традициями пивоварения (в значительной степени этому способствует присутствие словесным элемента «Trust»), употребления пива или с торговлей пивом, то есть порождает неограниченный круг ассоциаций.

Для оспариваемых в возражении товаров *«экстракты фруктовые безалкогольные, напитки фруктовые безалкогольные, напитки на основе молочной сыворотки, составы для изготовления напитков, эссенции для изготовления напитков, соки фруктовые, сиропы для напитков, лимонады, соки овощные [напитки], сиропы для лимонадов, оршад, щербет [напиток], сок томатный [напиток], напитки безалкогольные, молоко миндальное [напиток], таблетки для изготовления газированных напитков, порошки для изготовления газированных напитков, сассапариль [безалкогольный напиток], аперитивы безалкогольные, коктейли безалкогольные, нектары фруктовые с мякотью безалкогольные, напитки изотонические, молоко арахисовое [напитки безалкогольные], сок яблочный безалкогольный, квас [безалкогольный напиток], напитки на базе меда безалкогольные, смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей], напитки на основе алоэ вера безалкогольные, напитки на базе сои, кроме заменителей молока, напитки обогащенные протеином спортивные, напитки на базе риса, кроме заменителей молока, напитки со вкусом кофе безалкогольные, напитки со вкусом чая безалкогольные»*, являющихся напитками безалкогольными и ингредиентами для их изготовления, спорное словосочетание «In Beer We Trust» не воспринимается как ложное или вводящее в заблуждение указание.

В отношении товаров *«воды [напитки], составы для изготовления газированной воды, вода содовая, вода литиевая, воды минеральные [напитки]*,

составы для изготовления минеральной воды, вода сельтерская, воды столовые, воды газированные» рассматриваемое словосочетание «In Beer We Trust» также не может расцениваться как ложное, поскольку неверных ассоциаций относительно вида свойств или назначения указанных товаров не возникает по той причине, что вода является основой для пивоварения, а спорное словосочетание не имеет однозначного для российского потребителя смыслового содержания.

Для всех услуг 35 класса МКТУ спорное словосочетание «In Beer We Trust» является фантазийным, поскольку не очевидно, какие именно неверные ассоциации относительно данных услуг может вызывать указанное словосочетание.

Резюмируя представленный анализ соответствия элементов «Бирхаус» и «In Beer We Trust» требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия пришла к заключению о возможности неверного представления о характере услуг *«продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения»* при маркировке их оспариваемым товарным знаком, содержащим названные элементы.

Возражение также основано на доводах о несоответствии товарного знака по свидетельству № 675274 требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса по причине присутствия в составе товарного знака словесного элемента «Сладовар».

Названное несоответствие обосновано в возражении исключительным правом лица, подавшего возражение, на товарные знаки «**СЛАДОВАР**» по свидетельству № 478934 и «**SLADOVAR**» по свидетельству № 902025.

Оспариваемый товарный знак зарегистрирован с приоритетом от 25.05.2017, то есть более поздним, чем дата приоритета противопоставленной регистрации № 478934 (установлен по дате подачи заявки – 12.12.2011). В то же время противопоставленный товарный знак по свидетельству № 902025 имеет более поздний приоритет (30.03.2021), чем дата приоритета оспариваемого товарного знака (25.05.2017), следовательно, он не может быть положен в основу вывода о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Товарный знак «**СЛАДОВАР**» по свидетельству № 478934 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана данного товарного знака действует в отношении товаров 32 класса МКТУ – *«квас; пиво; сусла; сусло пивное; сусло солодовое; экстракты хмелевые для изготовления пива»*.



Оспариваемый товарный знак «**Сладовар**» содержит словесный элемент «Сладовар», выполненный буквами русского алфавита и расположенный в верхней части обозначения.

Для целей применения пункта 10 статьи 1483 Кодекса важно учитывать особенности применения данной нормы, действие которой направлено на недопущение нарушений прав третьих лиц тогда, когда спорный фрагмент, присутствуя в композиции товарного знака, приводит к нарушению прав на объекты интеллектуальной собственности, права на которые принадлежат иным лицам. Такая ситуация не идентична простому вхождению спорного слова в состав комбинированного обозначения. Учету подлежит его грамматическая и смысловая связь с иными элементами товарного знака, равно как и роль, которую выполняет спорный фрагмент.

Таким образом, необходимо определить, исходя из особенностей композиционного построения элементов товарного знака, воспринимается ли спорное слово (изображение) в качестве автономной единицы обозначения.

Следуя необходимости проведения такого анализа, коллегия установила, что в композиции оспариваемого обозначения присутствуют различные изобразительные и словесные элементы, среди которых общее впечатление от обозначения определяют, главным образом, расположенные в центральной части изображение

здания и слово «Бирхаус». Что касается слов «Сладовар» и «In Beer We Trust», то они в силу своей композиционной удаленности от центральной части этикетки, а также в силу своего незначительного размера, не акцентирует на себе внимание в первую очередь. Важно отметить, что спорный элемент «Сладовар» не является также грамматически связанным с иными словесными элементами оспариваемого обозначения.

Учитывая всю совокупность названных признаков, слово «Сладовар» в составе товарного знака по свидетельству № 675274 является элементом / фрагментом, который выполняет независимую от других элементов фонетическую и смысловую роль. Таким образом, сходство или тождество такого элемента товарного знака с объектами интеллектуальной собственности иных лиц может обуславливать несоответствие спорного товарного знака в целом требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Определение степени сходства спорного элемента товарного знака с охраняемым средством индивидуализации следует осуществлять согласно критериям и подходам, изложенным в пунктах 41-44 Правил.

Сравнительный анализ спорного словесного элемента «Сладовар» оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака «**СЛАДОВАР**» показал, что они характеризуются фонетическим тождеством и визуальным сходством, основанном на использовании одинаковых букв одинакового алфавита, расположенных в одинаковом порядке.

Словарные источники не содержат слова «Сладовар», что приводит к невозможности сравнения сопоставляемых обозначений по смысловому признаку.

Относительно довода отзыва о том, что словесный элемент «Сладовар» оспариваемого товарного знака несет определенную смысловую нагрузку в качестве сокращенного варианта слогана «Славься дарованный одай, ваш результат», следует отметить, что он является субъективным мнением правообладателя, отражает его замысел, в то время как при сравнительном анализе обозначения учитывается его восприятие потребителями. Поскольку в составе товарного знака слово «Сладовар»

как сокращение не раскрывается, то нет никаких оснований для вывода о том, что потребителями может быть установлен замысел правообладателя.

При этом представляется маловероятным, что одно и то же слово, не связанное грамматически с какими-либо иными словами, в двух разных товарных знаках может иметь разное значение.

Резюмируя сказанное, спорный элемент «Сладовар» оспариваемого товарного знака является сходным в высокой степени со словесным товарным знаком по свидетельству № 478934.

Анализ однородности товаров 32 класса МКТУ, в отношении которого зарегистрирован товарный знак по свидетельству № 675274, и товаров 32 класса МКТУ, указанных в перечне противопоставленной регистрации № 478934, показал следующее.

Товары «экстракты фруктовые безалкогольные, напитки фруктовые безалкогольные, напитки на основе молочной сыворотки, составы для изготовления напитков, эссенции для изготовления напитков, соки фруктовые, сиропы для напитков, воды [напитки], составы для изготовления газированной воды, вода литиевая, воды минеральные [напитки], составы для изготовления минеральной воды, вода сельтерская, воды столовые, лимонады, соки овощные [напитки], сиропы для лимонадов, оршад, вода содовая, щербет [напиток], сок томатный [напиток], напитки безалкогольные, молоко миндальное [напиток], таблетки для изготовления газированных напитков, порошки для изготовления газированных напитков, воды газированные, сассапариль [безалкогольный напиток], аперитивы безалкогольные, коктейли безалкогольные, нектары фруктовые с мякотью безалкогольные, напитки изотонические, молоко арахисовое [напитки безалкогольные], сок яблочный безалкогольный, квас [безалкогольный напиток], напитки на базе меда безалкогольные, смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей], напитки на основе алоэ вера безалкогольные, напитки на базе сои, кроме заменителей молока, напитки обогащенные протеином спортивные, напитки на базе риса, кроме заменителей молока, напитки со вкусом кофе безалкогольные, напитки со вкусом чая безалкогольные» оспариваемого товарного

знака представляют собой напитки безалкогольные, а также составы для их изготовления. В свою очередь к товарам той же родовой группы, обладающим теми же потребительскими свойствами относится товар «квас», указанный в перечне противопоставленного товарного знака

Таким образом, сравниваемые товары являются однородными по роду, виду, кругу потребителей, условиям реализации, признаку взаимозаменяемости.

Вывод о высокой степени сходства элемента (фрагмента) оспариваемого товарного знака с противопоставленным товарным знаком, наряду с выводом об однородности товаров 32 класса МКТУ, указанных в перечнях сравниваемых регистраций, свидетельствует о наличии вероятности смешения их в гражданском обороте, что приводит к несоответствию регистрации № 675274 требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

В отношении доводов правообладателя о том, что оспариваемый товарный знак составляет серию товарных знаков правообладателя, содержащих элемент «Бирхаус», который используется им в качестве средства индивидуализации сети предприятий по продаже пива, а также о наличии у него исключительного права на произведения, нашедшие отражение в составе зарегистрированных на его имя товарных знаков, коллегия отмечает, что обстоятельства, связанные с наличием у правообладателя товарного знака прав на коммерческое обозначение и иные объекты интеллектуальных прав при рассмотрении данного возражения не подлежат установлению, поскольку они не влияют на оценку соответствия оспариваемого товарного знака указанным в возражении положениям законодательства.

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

удовлетворить возражение, поступившее 06.03.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 675274 недействительным в отношении всех товаров 32 класса МКТУ и услуг «продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения» 35 класса МКТУ.