

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
коллегии палаты по патентным спорам
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия палаты по патентным спорам в порядке, установленном пунктом 3 статьи 1248 Гражданского кодекса 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 № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение от 04.02.2013, поданное Государственным унитарным предприятием «Кизлярский коньячный завод» Комитета Правительства РД по виноградарству и алкогольной промышленности «Дагвино», Россия (далее – лицо, подавшее возражение) против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 438530, при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке № 2009708344 с приоритетом от 20.04.2009 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 03.06.2011 за № 438530 на имя ООО "Кизляр РосДагИнвест", Россия, в отношении товара 33 класса МКТУ: «бренди». Роспатентом 20.02.2012 был зарегистрирован договор № РД0095109 об отчуждении исключительного права, владельцем знака стало ООО "ЦЕНТРАЛЬНЫЙ КИЗЛЯРСКИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ, ПИВОВАРЕННОЙ, БЕЗАЛКОГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И НАПИТКОВ", Россия (далее – правообладатель). Срок действия регистрации – до 20.04.2019.

Согласно материалам заявки зарегистрированное обозначение представляет собой фигурную этикетку с нанесенным на нее художественным рисунком и изображением головы генерала Багратиона П.И. на вершине этикетки. Правовая

охрана товарному знаку предоставлена в следующем цветовом сочетании: «коричневый, шоколадный, желтый, белый, бронзовый, красный, синий, серебряный».

В палату по патентным спорам 06.02.2013 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, указанная регистрация была произведена в нарушение требований пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Указанное мотивировано следующими доводами:

- в оспариваемом знаке доминирующее положение занимает портрет героя Отечественной войны 1812 года – генерала Багратиона. Данное утверждение основывается на том, что элемент размещен в верхней части этикетки, с которой начинается ее осмотр потребителем, оформлением верхней части этикетки в виде изогнутой линии, огибающей портрет Багратиона. Остальные элементы этикетки практически не влияют на восприятие оспариваемого товарного знака в целом, так как узорчатый фон, изображение пяти звезд, и изображение кругов, имитирующих медали, являются традиционными элементами этикеток, предназначенных для маркировки бренди;

- доминирующий элемент оспариваемого товарного знака представляет собой обозначение, используемое ГУП «Кизлярский коньячный завод» (далее – ГУП «ККЗ») для индивидуализации своей продукции, в частности, бренди и водки, еще с конца прошлого столетия;

- республика Дагестан является родиной российского коньяка, а ГУП «ККЗ», отметивший в 2005 году свое 120-летие, является одним из известнейших производителей данного напитка;

- визитной карточкой предприятия является марочный коньяк «Багратион» группы КС, технология производства которого была разработана ГУП «ККЗ», и массовый выпуск коньяка начался в 1994 году. В оформлении этого напитка с момента его появления на рынке и по настоящее время используется портретное изображение генерала Багратиона, причем указанный изобразительный элемент

использовался и используется как самостоятельно, так и с дополнительными изобразительными элементами в виде дубового венка, а также в сочетании со словесным элементом «БАГРАТИОН»;

- с момента создания коньяка и по настоящее время коньяк (бренди) «Багратион» производился исключительно ГУП «ККЗ», в силу чего данный напиток у потребителя может ассоциироваться только с этим предприятием;

- помимо коньяка «БАГРАТИОН» упомянутый элемент оспариваемого товарного знака используется заявителем также на этикетках иных производимых им алкогольных напитков, например, на этикетках коньяков «Юбилейный», «Три звездочки», «Пять звездочек», водки «Кизлярка» и других напитков. Та же композиция индивидуализирует официальный сайт заявителя, используется заявителем на сопроводительной документации, в рекламе своей продукции;

- следует отметить, что ГУП «ККЗ» (на тот момент Арендное предприятие «ККЗ») принадлежали права на самую первую регистрацию товарного знака, представляющего собой изображение Багратиона в круге (товарный знак №145737) с приоритетом 01.06.1995, а также на товарные знаки по свидетельствам № 272215 и № 274160, композиционное и фоновое оформление которых, по сути, воспроизводит оспариваемый товарный знак. Изложенное еще более усиливает ассоциации, порождаемые оспариваемым товарным знаком, с продукцией ГУП «ККЗ»;

- в силу длительного и добросовестного использования ГУП «ККЗ» изобразительного элемента, включающего портретное изображение Багратиона в круге, товар, маркированный обозначением, содержащим данный элемент, будет восприниматься как алкогольный напиток, производимый ГУП «ККЗ», в силу чего регистрация данного знака на имя правообладателя в отношении товаров 33 класса МКТУ будет вводить потребителя в заблуждение относительно производителя товара;

- первоначальная регистрация товарного знака № 438530 была произведена на ООО "Кизляр РосДагИнвест", образованного 26.03.2008, в дальнейшем правообладателем стало ООО «ЦЕНТРАЛЬНЫЙ КИЗЛЯРСКИЙ НАУЧНО-

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ, ПИВОВАРЕННОЙ, БЕЗАЛКОГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И НАПИТКОВ», г. Москва (далее – ООО «ЦК НИИ ВПБПН»), образованное в январе 2011 года. Данные предприятия никогда не производили товары, указанные в перечне оспариваемого знака, и не могли стать известными в связи с производством алкогольных напитков с использованием оспариваемого товарного знака;

- введение потребителя в заблуждение относительно производителя товаров влечет за собой нарушение интересов потребителя и, соответственно, нарушает общественные интересы в целом;

- для сведения следует сообщить, что в марте 2011 года на сайте издательского дома «Коммерсант» была опубликована статья «Грузия защищает вино от России», в которой приведена информация о том, что ООО «ЦК НИИ ВПБПН» подано в Роспатент 18 заявок, воспроизводящих популярные и известные грузинские марки вина.

Лицо, подавшее возражение, считает себя заинтересованным лицом в подаче данного возражения, поскольку является производителем алкогольных напитков, одним из элементов которых является изображение портрета генерала Багратиона. Кроме того, лицо, подавшее возражение, является единственным производителем бренди (коньяка) «БАГРАТИОН» с 1994 года.

Лицом, подавшим возражение, выражена просьба признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 438530 полностью.

В подтверждение изложенных доводов к возражению приложены следующие материалы:

- копии страниц технологической инструкции, 1994 [1];
- копии страниц издания «История виноградарства и виноделия России», 2009 [2];
- копии страниц издания «Виноград и вино России», 1995 [3];
- копии страниц журнала «Виноделие и виноградарство», 3/2002 [4];
- информационные распечатки из сети Интернет [5];

- копии страниц различных изданий («Российский деловой реестр», 2005, «БОСС. Бизнес: организация, стратегия, системы», буклет «Кизлярский коньячный завод – 120 лет труда и славы» и др.) [6];

- копии листов внутренней документации (сведения по розливу, пересчету товарной продукции и т.д.) [7];

- копия справки Комитета по виноградарству и регулированию алкогольного рынка республики Дагестан «Дагвино» от 25.06.2012 [8];

- копии дипломов, почетных дипломов, свидетельств [9];

- распечатки из сети Интернет [10];

- распечатки фотографий продукции ГУП «ККЗ» и бланков [11];

- распечатка свидетельств №№ 145737, 272215, 274160 [12];

- распечатки с сайтов Федеральной налоговой службы, nrc.ru [13];

- копии уставных и регистрационных документов ООО «ЦК НИИ ВПБПН» [14].

Правообладатель оспариваемого товарного знака, уведомленный в установленном порядке, представил отзыв по мотивам возражения. Доводы отзыва сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, действует в своих частных интересах и не может являться заинтересованным лицом при оспаривании товарного знака по пункту 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку данная статья применяется в случае защиты публичных интересов и при наличии доказательственной базы, а доводы лица, подавшего возражение, голословны и не подкреплены никакими реальными доказательствами;

- в ходе проведения экспертизы оспариваемого товарного знака несоответствие его положениям пунктов 1-7 статьи 1483 Кодекса выявлено не было. Более того, оспариваемый товарный знак был зарегистрирован как еще один знак серии товарных знаков (по свидетельствам №№ 359130, 359131, 359132, 379026, 377008, 377006, 377007, 415681, 410345), принадлежащих правообладателю оспариваемого товарного знака и содержащих портрет П.И.Багратиона и индивидуализирующую надпись «Багратион Петр Иванович»;

- рисунок, послуживший прототипом для оспариваемого товарного знака, был создан в 1990 году художником Илюхиным Б.С. (известный отечественный портретист) по мотивам созданного им в 1989 году портрета П.И. Багратиона. Художником были разработаны и переданы Ленвинзаводу этикетки для маркировки трехлетних и пятилетних коньяков. Таким образом, утверждение лица, подавшего возражение, что только ГУП «ККЗ» использует портрет Багратиона для индивидуализации алкогольной продукции, не соответствует действительности (Ленвинзавод начал выпускать продукцию, на этикетках которой помещен портрет Багратиона, с конца 1990 года и выпускает до настоящего времени);

- ГУП «ККЗ» было создано 20.02.2001 и являлось лицензиатом правообладателя (по серии товарных знаков). Правообладатель оспариваемого товарного знака убежден, что после заключения лицензионных договоров на использование товарных знаков, включающих портрет Багратиона, рекламные акции и материалы лица, подавшего возражение, не могут порождать правовые последствия применительно к пункту 3 статьи 1483 Кодекса. Лицо, подавшее возражение, как минимум, совершает акты и действия, характеризующиеся как недобросовестная конкуренция, а Роспатент, не вникая в существо и историю взаимоотношений между правообладателем и ГУП «ККЗ», заранее ангажирован и заинтересован в исходе дела;

- мнение лица, подавшего возражение, опровергается данными отчета, подготовленного ВЦИОМ на основании результатов опроса в октябре 2012 года. Так, лишь 2,6 % от всех опрошенных и 2,7 % от респондентов, покупающих крепкий алкоголь, полагают, что производителем продукции, маркируемой товарным знаком, содержащим рассматриваемый элемент, является ГУП «ККЗ»;

- доводы о длительном и добросовестном использовании знака, содержащего словесно-графический элемент, и наличие регистрации №145737, а также и №274160, №272215, ранее принадлежащих ГУП «ККЗ», не могут быть учтены, поскольку, во-первых, действие данных знаков было прекращено 04.05.2009, а во-вторых, они были переданы ИП Б.В. Григорьянц в апреле 2008 года;

- довод о том, что правообладатель не является производителем продукции, для индивидуализации которой используется оспариваемый товарный знак, не может быть принят во внимание, поскольку действующее законодательство не содержит норм, обязывающих владельца исключительных прав являться производителем продукции;

- необходимо отметить, что под контролем правообладателя предприятием «Ленвинзавод» производится водка «Багратион. Протокольная Серия. Озеро великое» и настойка «Багратион. Протокольная Серия. Клюква на меду»;

- потребитель не может быть введен в заблуждение относительно производителя товара, поскольку на этикетке в соответствии с требованиями законодательства приводится вся информация о производителе;

- при этом правообладатель в соответствии с условиями лицензионных договоров осуществлял продвижение средства индивидуализации на рынке товаров, оплачивал рекламные кампании. Приобретенная известность всех знаков, содержащих портрет Багратиона П.И., является заслугой правообладателя, а не лица, подавшего возражение;

- утверждение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация товарного знака на имя правообладателя нарушает общественные интересы не подтверждено. Оспариваемый товарный знак не оскорбляет религиозные чувства, он не содержит непристойных выражений и изображений. Доказательств того, что оспариваемый товарный знак несет в себе какой-либо из элементов: антигосударственных или антиобщественных лозунгов, затрагивающих религиозные чувства и оскорбляющих человеческое достоинство, в том числе изображения, носящие антигуманный характер, также не представлено;

- лицо, подавшее возражение, утверждает, что использует словесно-графический элемент с конца прошлого столетия, тогда как было образовано 20.02.2001, а правопреемство от Унитарного дочернего предприятия «Кизлярский коньячный завод», которое было ликвидировано 20.02.2001, не доказано.

Также в отзыве приведен подробный анализ деятельности правообладателя оспариваемого товарного знака, ГУП «ККЗ» и ситуации, сложившейся с

товарными знаками №№ 145737, 193596, 275215, 273546, 274160, 274161, 279503, 304629.

На основании изложенного правообладателем выражена просьба отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 438530.

В подтверждение изложенных доводов правообладателем представлены следующие материалы:

- материалы по переименованию правообладателя в ООО «БАГРАТИОН» [15];

- распечатки выписок из ЕГРЮЛ в отношении: ООО «БАГРАТИОН», ГУП «ККЗ», Комитета «Дагвино» [16];

- копия отчета ВЦИОМ, 2012 [17];

- копия отчета Московского института открытого образования при Департаменте образования города Москвы, 2009 [18];

- распечатки фотографий этикеток алкогольных напитков «БАГРАТИОН Протокольная серия» [19];

- копия лицензионного договора от 18.12.2008 [20];

- копии эскизов и изображений этикеток Ленинградского винного завода, выпускающего коньяки с указанным изображением (1989, 1990 г.г.) [21];

- копия письма художника [22];

- копия справки об объемах производства [23];

- копии благодарностей [24];

- копии авторских договоров 1990 и 1993 г.г. [25];

- копии материалов по участию в национальной премии «Товар Года», 2009 [26];

- копия письма Прокуратуры Российской Федерации от 25.03.2013 № 89-2013 и фотография конверта [27].

Изучив материалы дела и выслушав участников рассмотрения возражения, палата по патентным спорам сочла доводы возражения убедительными.

С учетом даты (20.04.2009) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, зарегистрированные в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный №4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее — Правила).


В соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся способными ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали.

В соответствии с пунктом 2.5.1 Правил к обозначениям, содержащим элементы, являющиеся способными ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя, относятся обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности. Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

В соответствии с пунктом 2.5.2 Правил к обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, 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.

Признаки, приведенные в пункте 2.5.2 Правил, не являются исчерпывающими.



Оспариваемый товарный знак «» представляет собой комбинированное обозначение - этикетку, выполненную в форме вертикально-ориентированного прямоугольника, на верхней стороне которого выполнен овальный выступ. В центре выступа в круглой рамке с окантовкой с выступами овальной формы размещен изобразительный элемент – портрет П.И. Багратиона. Нижняя часть рамки наложена на плашку в виде горизонтально-ориентированного прямоугольника. В центре этикетки выполнены две скругленные плашки: одна под другой, на нижней плашке размещено изображение пяти звезд. Под нижней плашкой слева расположено изображение двух кругов, частично наложенных друг на друга. Изображение пяти звезд исключено из самостоятельной правовой охраны. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в следующем цветовом сочетании: «коричневый, шоколадный, желтый, белый, бронзовый, красный, синий, серебряный» в отношении товара 33 класса МКТУ: «бренди».

Анализ оспариваемого товарного знака показал, что он содержит в составе композицию: портрет П.И. Багратиона, выполненный в круге.

Коллегия палаты по патентным спорам отмечает, что в материалах, представленных обеими сторонами, содержатся этикетки, в которых использовано изображение портрета П.И. Багратиона в круге, или в круге с обрамлением из дубовых листьев, или в круглой рамке с окантовкой с выступами овальной формы. Следует указать, что указанные различия во внешнем обрамлении круга не оказывает существенного влияния на восприятие изображения портрета П.И. Багратиона в круге.

С учетом изложенного, рассматриваемая композиция оспариваемого товарного знака воспроизводит обозначение, используемое в составе этикетки для маркировки бренди «БАГРАТИОН», фактически производимом ГУП «Кизлярский коньячный завод».

Сведения с сайта <http://www.kizlyar-cognac.ru/> и представленные документы [1-11] показывают, что история коньячного завода в г. Кизляре как производителя

коньяков (бренди) прослеживается с 1885 года. «Кизлярский коньячный завод» позиционирует себя как производитель высококачественной продукции. В различных средствах массовой информации (издания, журналы, сеть Интернет) имеются сведения о том, что кизлярский коньяк приобретает известность с 1885 г., когда профессиональный винодел Давид Сараджев объединил несколько винокурен. Через несколько десятилетий эта фактория превратилась в крупнейшее производственное предприятие – Кизлярский коньячный завод. Кизлярский коньячный завод производил легендарные коньяки и успешно продолжает свою историю, которая началась полтора века назад. К Олимпийским играм 1980 года Кизлярскому коньячному заводу было предложено изготовить новый коньяк – «Олимпийский». Для этой цели в дубовые бочки на отдых был заложен прекрасный коньяк группы КС с медово-цветочными и ванильно-шоколадными тонами. Однако идея развития не получила, и спустя 10 лет из этого купажного материала был создан коньяк «Багратион», который был предложен вниманию потребителей в 1994 году. Средний возраст спиртов в напитке – 20 лет. Он имеет темно-янтарный цвет, мягкий, тонкий, гармоничный вкус с большой гаммой оттенков. Знатоки считают «Багратион» «королем коньяков и коньяком королей», что было подтверждено двумя «Гран-при», двумя Большими золотыми медалями, двадцатью одной золотой медалью, Международным сертификатом Англии. Кроме того, коньяк «Багратион» был признан лучшим в специальной номинации «Изысканный напиток».

Материалы [9] свидетельствуют о том, что коньяк «БАГРАТИОН» имеет дипломы и награды многочисленных выставок и конкурсов, в том числе международных. При этом, в каждом дипломе или свидетельстве в качестве производителя указан «Кизлярский коньячный завод».

Об информированности российских потребителей о продукции «Кизлярского коньячного завода», маркированной, в том числе обозначением с портретом генерала П.И. Багратиона, свидетельствуют также публикации [2-6].

До 2008 года Кизлярский коньячный завод являлся правообладателем товарного знака, на котором изображен портрет генерала Багратиона в круге, по свидетельству №145737 с датой приоритета 01.06.1995.

Коллегия палаты по патентным спорам, оценивая документы, представленные лицом, подавшим возражение, учитывала то, что ГУП «ККЗ» располагается на той же территории, в тех же производственных помещениях, имеет тот же адрес: г. Кизляр, ул. Орджоникидзе, д.60, что и Кизлярский коньячный завод, а также сохраняет в своем фирменном наименовании название этого завода и кадровый состав специалистов, много лет проработавших на Кизлярском коньячном заводе, и имеет основания для вывода о том, что лицо, подавшее возражение, будет восприниматься как продолжатель традиций этого завода.

Несмотря на то, что организационно-правовая форма завода неоднократно менялась, Кизлярский коньячный завод в сознании потребителей всегда ассоциировался с производителем высококачественных алкогольных напитков, в том числе бренди «БАГРАТИОН», маркированных обозначением с использованием портрета генерала П.И. Багратиона.

Коллегия палаты по патентным спорам обращает внимание на то, что согласно представленным документам, например, справка [8], бренди, выпускаемые лицом, подавшим возражение («Три звездочки», «Пять звездочек», «Мой Дагестан» и приведенный в справке ассортимент выпускаемой алкогольной продукции), с 1991 года в верхней части этикеток и на упаковках содержат рассматриваемый изобразительный элемент: портрет П.И. Багратиона в круге.

Кроме того, при публикации в журнале «БОСС» [6] приведена надпись «КОНЬЯКИ КИЗЛЯРА: СЛАДКОЕ И ГОРЬКОЕ», сопровождаемая изображением портрета П.И. Багратиона, выполненного в круге. Под композицией выполнена горизонтально-ориентированная плашка с надписью «ЗАВОД ОСНОВАН В 1885 ГОДУ».

Указанное свидетельствует о том, что данный элемент, помимо устойчивой ассоциативной связи с бренди «БАГРАТИОН», стал восприниматься в качестве визитной карточки «Кизлярского коньячного завода».

Таким образом, имеются основания для вывода о том, что на дату подачи заявки № 2009708344 изобразительный элемент оспариваемого товарного знака был широко известен на территории Российской Федерации как маркировка продукции, производимой известным в России заводом ГУП «Кизлярский коньячный завод».

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что регистрация оспариваемого товарного знака по свидетельству № 438530 в отношении товара 33 класса МКТУ: «бренди», на имя правообладателя способна ввести в заблуждение потребителя относительно производителя товаров, и, следовательно, не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Что касается социологических опросов [17-18], необходимо отметить, что анализ представленных опросов показал, что их результаты не могут быть признаны убедительными по следующим причинам.

На странице 3 отчета [17] содержится информация о цели исследования – определить мнение потребителей алкогольной продукции на территории Российской Федерации о производителе алкогольной продукции под товарными знаками № 410345 и № 415681. Указанное свидетельствует, что результаты отчета не применимы к оспариваемому товарному знаку по свидетельству № 438530.

Следует также отметить, что лишь 13,4 % от общего количества опрошенных покупают крепкий алкоголь хотя бы раз в неделю и чаще, несколько раз в месяц, остальные респонденты либо вообще не покупают крепкий алкоголь (29,9 %), либо покупают раз в полгода и реже (21,7%), раз в два-три месяца или раз в месяц (33,1%). Таким образом, приведенные данные не могут свидетельствовать о мнении потребителей алкогольной продукции. Кроме того, целесообразно обратить внимание, что опрос [17] проводился в 2012 году, в то время как дата приоритета – 20.04.2009. Исследование не содержит данных о том, какому проценту от всех опрошенных знакомы товарные знаки, являющиеся предметом

данного исследования, и коньяки, маркированные этими знаками. Наибольший процент опрошенных на вопрос, какая компания является производителем алкогольного напитка «БАГРАТИОН», указали на грузинские предприятия, в названии которых присутствует слово «Багратиони», т.е. в отсутствие знания о существовании коньяков, маркированных товарными знаками по свидетельствам №№410345, 415681, респонденты выбирали производителя с созвучным названием. Исследование также не содержит никакой информации о том, знаком ли респондентам правообладатель оспариваемого товарного знака в качестве производителя алкогольной продукции.

Относительно результатов опроса [18] коллегия палаты по патентным спорам отмечает, что анализ демонстрационных карточек показал, что данный опрос, также как и опрос [17], не может быть соотнесен с оспариваемым товарным знаком. Также следует обратить внимание, что лишь 14,9 % от общего количества опрошенных покупают крепкий алкоголь хотя бы раз в неделю и чаще, несколько раз в месяц, тогда как либо не покупают алкоголь совсем, либо покупают раз в полгода и реже – 50,5 % от общего числа опрошенных. При ответе на вопрос – как часто вы потребляете алкоголь: лишь 13,4 % потребляют алкоголь несколько раз в неделю, не пьют совсем – 34,9 %, потребляют раз в месяц или один или несколько раз в год – 31,8 %. Кроме того, исследование содержит данные о том, что лишь 1,3 % от общего числа опрошенных встречали изображенную на карточке этикетку для алкогольной продукции, в алкогольных отделах магазинов (вопрос 2 исследования). Указанные показатели вызывают сомнение в результатах опроса в целом, ввиду отсутствия осведомленности респондентов о состоянии рынка алкогольной продукции. Целесообразно также обратить внимание, что на вопрос, какая компания является производителем алкогольного напитка, маркированного демонстрируемым изображением, было предложено 11 вариантов ответов, при этом правообладатель не включен в данный список. Наибольший процент опрошенных (11,5 % и 8,5 %) на вопрос, какая компания является производителем алкогольного напитка «БАГРАТИОН», указали на грузинские предприятия, в названии которых присутствует слово «Багратиони», т.е. как и в опросе [17],

респонденты выбирали производителя с созвучным названием, остальные респонденты выбирали производителя наугад. Исследование также не содержит никакой информации о том, знаком ли респондентам правообладатель оспариваемого товарного знака в качестве производителя алкогольной продукции.

Представленные правообладателем материалы [21], касающиеся эскизов этикеток, которыми маркировалась алкогольная продукция Кизлярского коньячного завода, созданных в 1990 году художником Б.С. Илюхиным для Ленинградского винного завода (позднее ЗАО ВКЗ «Дагвино»), не опровергают доводы возражения о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно производителя алкогольной продукции, поскольку правообладателем товарных знаков, в основу которых были положены эти эскизы, до 2008 года являлось ГУП «Кизлярский коньячный завод». Кроме того, вопрос об авторстве этикеток не является предметом данного рассмотрения.

Принимая во внимание все обстоятельства в совокупности, коллегия палаты по патентным спорам имеет основания для вывода о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса в отношении товара 33 класса МКТУ: «бренди».

В качестве обоснования довода о противоречии знака общественным интересам (пункт 3 статьи 1483 Кодекса) в тексте возражения указано только на нарушение данных интересов как последствия введения потребителя в заблуждение относительно производителя товаров.

Следует обратить внимание, что с возражением не представлены какие-либо материалы, которые могли бы свидетельствовать о противоречии оспариваемого товарного знака общественным интересам. А довод о том, что оспариваемый товарный знак нарушает общественные интересы в целом, поскольку его регистрация способна вводить потребителя в заблуждение, является непосредственным умозаключением лица, подавшего возражение, и носит субъективный характер. В этой связи коллегия палаты по патентным спорам считает соответствующий мотив возражения недоказанным.

От правообладателя 29.04.2013 поступило особое мнение, в котором указано, что коллегией палаты по патентным спорам не были учтены аргументы отзыва. Приведенные в тексте особого мнения аргументы повторяют по существу доводы отзыва, которые проанализированы по тексту заключения и не требуют дополнительной оценки.

Учитывая вышеизложенное, коллегия палаты по патентным спорам пришла к выводу:

удовлетворить возражение от 04.02.2013, признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 438530 полностью.