

Палата по патентным спорам в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 01.01.2008 Федеральным законом от 18.12.2006 №231-ФЗ, и в соответствии с Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 №56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003, регистрационный №4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение от 31.12.2008, поданное Открытым акционерным обществом «Формула Холдинг», г.Красноярск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2007714848/50, при этом установлено следующее.

Обозначение по заявке №2007714848/50 с приоритетом от 21.05.2007 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 33 класса МКТУ, а именно: «вина».

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака заявлено обозначение в виде этикетки, содержащей изображение средневекового замка с примыкающей остроконечной башней и садом, расположенным в верхней ее части. В средней части этикетки расположено словесное обозначение «Chateau de Tournee» ([Шато дё Турнэ]) – в переводе с французского языка «Замок «Турне».

Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам принято решение от 25.09.2008 об отказе в государственной регистрации заявленного обозначения, основанное на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Отказ в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака обосновывается тем, что заявленное обозначение, выполненное на французском языке, способно ввести потребителя в заблуждение относительно места происхождения товаров, так как может быть воспринято как вино, произведенное во Франции, ведущем винодельческом государстве.

В поступившем в Палату по патентным спорам возражении заявитель выразил свое несогласие с решением экспертизы, доводы которого сводятся к следующему:

– словесные элементы заявленного обозначения и образованное ими словосочетание в целом не могут быть отнесены исключительно к французскому языку, поскольку слово «Chateau» используется в французском и английском языках в значениях «замок, дворец, усадьба, дом и т.п.», а слово «Tournee» используется в французском, немецком, итальянском и португальском языках в значениях «турне, гастроль, гастрольная поездка и т.п.»;

– заявленное обозначение является вымышленным оригинальным наименованием замка (усадьбы), которое не является французским словосочетанием, и не является наименованием какого-либо замка или местности во Франции;

– в заключении экспертизы не приведено каких-либо доводов относительно того, что заявленное обозначение может быть воспринято как «произведенное во Франции», а также обоснований того, что такое восприятие способно ввести потребителя в заблуждение относительно места происхождения товара;

– вина с обозначением «CHATEAU de Tournee» планируется производить на принадлежащем заявителю винном заводе из виноматериалов, поставляемых французским производителем;

– заявитель просит ограничить перечень товаров, указанных в заявке, следующими товарами: «вина из французских виноматериалов».

К возражению приложены следующие документы:

– распечатки из Онлайн-словаря Мультилекс 2.0 (англо-русский словарь, французско-русский словарь, немецко-русский словарь, итальянско-русский словарь, португальско-русский словарь) значения слова «chateau», слова «tournee» и слова «de» на 15 л. [1];

- публикация «Формула» успеха на алкогольном рынке», «Красноярский Рабочий» №08 от 15.02.2007, www.krsrab.com/archive/2007/02/15/08/view_article на 1 л. [2];
- публикация «Формула Холдинг» решил подстраховать продажи вина», 26.02.2007, www.alkogol.com/ru/news/262294.xhtml на 2 л. [3];
- публикация «Как «Формула Холдинг» создала моду на винопитие», «Деловой квартал» №24 (126) от 30.06.2008, www.formula-holding.com/doc.asp?id=1348 на 4 л.[4];
- договор на поставку алкогольной продукции №ГП-4 от 26.06.2007 на 5 л.[5];
- сертификат происхождения товара №01167 от 19.01.2007 на 1 л.[6];
- сертификат соответствия РОССFR.АЮ73.Н00930 на 1л. [7];
- сертификат соответствия №РОСС FR.АЮ08.В01334 на 3л.[8];
- письмо ООО «Клинские напитки» №219 от 14.11.2008 на 1 л. [9];
- договор на разработку этикеток от 01.03.2007 на 3л. [10].

На основании изложенного заявителем выражена просьба об отмене решения Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам от 25.09.2008 и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения, Палата по патентным спорам находит доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (21.05.2007) приоритета заявки №2007714848/50 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает Закон «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 23.09.1992, № 3520-1, с изменениями и дополнениями, внесенными Федеральным законом от 11.12.2002г. №166-ФЗ, введенными в действие с

27.12.2002 (далее – Закон) 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 6 Закона не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 2.5.1 Правил не допускается регистрация в качестве товарных знаков или их элементов обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, указанные в пункте 3 статьи 6 Закона, а именно являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя. К таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

Заявленное обозначение представляет собой этикетку прямоугольной формы, которая содержит расположенный в верхней части этикетки изобразительный элемент в виде дома средневекового типа с примыкающей к нему остроконечной башней, а также расположенный в центральной части словесный элемент «CHATEAU de Tournee», выполненный буквами латинского алфавита черного цвета.

Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается на имя заявителя в отношении товаров 33 класса МКТУ.

Анализ заявленного обозначения показал, что данное обозначение представляет собой этикетку, в которой центральное и доминирующее положение занимает словосочетание «CHATEAU de Tournee», выполняющее основную индивидуализирующую функцию в знаке.

Словосочетание «CHATEAU de Tournee» содержит три словесных элемента «CHATEAU», «de» и «Tournee», являющихся лексическими единицами

французского языка. В переводе с французского языка слово «CHATEAU» при обозначении на этикетках французских вин переводится как «виноградник» (http://www.multitrans.ru/c/m.exe?t=682759_4_2), слово «tournee» переводится как «турне, гастроль, гастрольная поездка, служебная поездка, обход, объезд, осмотр» (<http://www.multitrans.ru/c/m.exe?l1=4&l2=2&s=tournee>), а словесный элемент «de» выполняет функцию предлога. Следовательно, словосочетание «CHATEAU de Tournee» не содержит сведений, прямо не соответствующих действительности, но в силу его выполнения французским языком для маркировки вин, может восприниматься потребителем через ассоциацию как географическое указание и порождает возможность введения потребителя в заблуждение относительно местонахождения изготовителя. Кроме того, ложное ассоциативное представление о происхождении товаров усиливается за счет изобразительного элемента, выполненного в виде стилизованного изображения здания в готическом стиле, характерном французской архитектуре.

Необходимо отметить, что в сознании потребителя связь вина с Францией одна из наиболее устойчивых. Данный факт обусловлен тем, что Франция является одним из крупнейших мировых производителей, экспортеров и потребителей вина. Французские вина занимают лидирующие позиции на мировом рынке. Следовательно, заявленные товары (вина), маркированные обозначением «CHATEAU de Tournee», однозначно будут восприниматься потребителями, как товары, имеющие происхождение из Франции, что не соответствует действительности, поскольку заявителем является юридическое лицо, а именно ОАО «Формула Холдинг», находящееся в г. Красноярске.

Следовательно, данное словосочетание у российского потребителя будет восприниматься как словосочетание французского происхождения и вызывать ассоциативные представления о товаре и его изготовителе, несоответствующие действительности, так как заявителем является российская компания. Таким образом, данное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно местонахождения изготовителя товара.

Что касается доводов возражения о том, что вина с обозначением «CHATEAU de Tournee» планируется производить из виноматериалов, поставляемых французским производителем, то представленные заявителем материалы не подтверждают устойчивой связи между заявителем и французским производителем.

Таким образом, заявленное обозначение, как правомерно указано в решении Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам, не соответствует требованиям, изложенным в пункте 3 статьи 6 Закона.

В соответствии с изложенным Палата по патентным спорам решила:

отказать в удовлетворении возражения от 31.12.2008, оставить в силе решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам от 25.09.2008.