


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения **возражения** **заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом от 12 марта 2014 г. N 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 № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 11.08.2020. Данное возражение подано ФКП «Союзплодоимпорт», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №556209, при этом установлено следующее.



Регистрация объёмного товарного знака «  » по свидетельству №556209 с приоритетом от 18.03.2013 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 30.10.2015 по заявке №2013708762 на имя ООО «Объединенные пензенские водочные заводы», г. Пенза (далее – правообладатель) в отношении товаров 33 и услуг 35 классов МКТУ.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 11.08.2020, выражено мнение о том, что

регистрация товарного знака по свидетельству №556209 произведена с нарушением требований пунктов 3, 6, 7 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения со следующими средствами индивидуализации, правообладателем которых является ФКП «Союзплодоимпорт»: - серией товарных знаков, в основе которых лежит элемент «Русская», свидетельства №№ 38389, 254171, 269165, 312401, 309232, 554385; общеизвестным товарным знаком «Русская», свидетельство № 40; наименованием места происхождения товаров «Русская водка», свидетельство № 65/1 (далее - НМПТ «Русская водка»);
- сходство оспариваемого товарного знака с противопоставленными средствами индивидуализации обусловлено тем, что в данных обозначениях доминирующим элементом являются словесные элементы «Русская»/ «RUSSIAN»/ «RUSSKAYA»;
- противопоставленный товарный знак по свидетельству №38389 был введен в гражданский оборот во времена СССР, когда собственником всего имущественного комплекса государственных предприятий, включавшего объекты интеллектуальной собственности, было советское государство (ст. ст. 94, 97 ГК РСФСР 1964 г.);
- выпуск и дальнейшая реализация продукции, в том числе продукции под определенным наименованием, фактически осуществлялись самим государством в соответствии с утвержденным плановым заданием. Техническая документация и этикетки для продукции, в том числе водки «Русская», разрабатывались централизованно и использовались при выпуске продукции государственными предприятиями в объемах и ассортименте, установленных в государственных планах;
- с 1968 года водка «Русская» выпускалась на ликеро-водочных заводах СССР с единой этикеткой и под единым названием, а в 1969 году этикетка водки «Русская» была зарегистрирована в качестве товарного знака,

свидетельство №38389. С 2002 года и по настоящее время использование и распоряжение исключительными правами на товарные знаки, включая товарный знак по свидетельству №38389, осуществляет ФКП «Союзплодоимпорт»;

- факт широкой известности подтверждается признанием товарного знака



общеизвестным в Российской Федерации с 31.12.1985;

- товарный знак «Русская» использовался и используется государственными предприятиями начиная с 1969 года и на текущий 2020 год длительность его использования составляет более полувека (51 год);

- ввиду данного обстоятельства усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности товаров 33 класса МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые знаки, одному правообладателю, в настоящее время ФКП «Союзплодоимпорт»;

- товары 33 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, и товары 33 класса МКТУ, в отношении которых охраняются средства индивидуализации, правообладателем которых является ФКП «Союзплодоимпорт», совпадают, то есть они являются однородными;

- сопоставительный анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№40, 38389, 254171, 269165, 312401, а также НМПТ «Русская водка» показывает, что в их состав входят доминирующие фонетически, семантически и графически сходные словесные элементы: «Русская»/«РУССКАЯ»/«RUSSIAN»/«RUSSKAYA» и «РУССКИЕ»;

- семантическое сходство обусловлено совпадением заложенной идеи словесных элементов – «Русская» и «РУССКИЙ». Слово «русская», «русский», «русское» – это прилагательные к «русские», «Россия» и «Русь»;

- словесные элементы «RUSSIAN PEPPERS» в оспариваемом товарном знаке акцентируют на себе внимание за счет выполнения в верхней части корпуса бутылки, над этикеткой. Для российского потребителя «RUSSIAN PEPPERS» имеет однозначное семантическое значение - «РУССКИЕ ПЕРЦЫ». В данном случае это также обусловлено и тем, что в самом Спорном товарном знаке дан перевод словосочетания «RUSSIAN PEPPERS» - «РУССКИЕ ПЕРЦЫ»;
- главную индивидуализирующую функцию в оспариваемом товарном знаке выполняет слово «РУССКИЕ», на него падает логическое ударение;
- без слова «РУССКИЕ» слово «ПЕРЦЫ» воспринимается абстрактно, поскольку словесный элемент «ПЕРЦЫ» будет восприниматься либо в переносном смысле, метафорически, относя потребителя к лихой удали русской, либо в прямом смысле, указывая потребителю на состав (рецептуру) или определенный вкус товара;
- занимающее в оспариваемом товарном знаке доминирующее положение слово «РУССКИЕ» в отношении алкогольной продукции несет существенную индивидуализирующую нагрузку с учетом крайне широкой известности такой продукции, индивидуализируемой противопоставленными товарными знаками со словом «Русская». В силу данного обстоятельства, в оспариваемом товарном знаке, предназначенном, в частности, для индивидуализации тождественной/однородной продукции, сходное слово «РУССКИЕ», несмотря на наличие у него грамматической и семантической связей с другим словом, также особо акцентирует на себе внимание, обуславливая порождение им ассоциативно-смысловых образов, связанных с Россией (Русью) или чем-то, имеющим отношение именно к ней;
- между сравниваемыми обозначениями также имеется графическое сходство доминирующих словесных элементов: элемент оспариваемого товарного знака - «РУССКИЕ» и один из доминирующих элементов товарных знаков ФКП «Союзплодоимпорт» - «Русская», выполнены буквами

русского алфавита, также, один из доминирующих элементов сравниваемых обозначений - «RUSSIAN» выполнен в них целиком заглавными буквами одного и того же латинского алфавита;

- в связи с известностью словесного элемента «Русская» среди потребителей алкогольной продукции, обусловленной общеизвестностью товарного знака по свидетельству №40, где элемент «Русская» в различном исполнении является единственным, а также в силу центрального положения словесного элемента «Русская» в противопоставленных товарных знаках по свидетельствам №№38389, 254171, 269165, 312401 данный элемент акцентирует на себе внимание потребителя и является доминирующим;

- учитывая наличие общеизвестного товарного знака по свидетельству №40, серии противопоставленных товарных знаков, более полувековое их использование, а также НМПТ «Русская водка», очевидно, что словесный элемент «Русская» в отношении алкогольных напитков, в частности, товара «водка», в результате его интенсивного использования широко известен потребителю и ассоциируется с конкретным лицом ФКП «Союзплодоимпорт»;

- при сравнении наименований мест происхождения товаров (НМПТ) и товарных знаков однородность товаров не оценивается, однако, следует отметить, что поскольку оспариваемый товарный знак зарегистрирован непосредственно для товара «водка», вероятность смешения усиливается ещё больше. Также существует реальная угроза возникновения у потребителя представления, что водка «РУССКИЕ ПЕРЦЫ RUSSIAN PEPPERS» обладает особыми свойствами НМПТ № 65 «Русская водка», что в «Русскую водку» добавлен перец/его производные;

- учитывая, что на рынке представлено достаточно большое количество продукции крепких алкогольных напитков с «перцем», в линейке каждого крупного производителя есть «перцовая» линия, то есть с перцовым вкусом, потребитель с большой долей вероятности может подумать, что алкогольный

напиток под название «Русские перцы» содержит в своем составе перец и обладает «жгучим» вкусом;

- согласно неохраняемым словесным элементам на этикетке оспариваемого товарного знака «очищено кокосовым углем», «silverfiltration», спирт «альфа» и др., упоминание о наличии в составе продукции перца отсутствует. Таким образом, оспариваемый товарный знак вводит потребителя в заблуждения относительно свойств и/или состава товаров 33 класса МКТУ «водка и алкогольные напитки»;

- государственное предприятие ФКП «Союзплодоимпорт», в том числе совместно с лицензиатами, уже 17 лет, активно производит и реализует алкогольную продукцию, маркированную товарными знаками «Русская», на упаковке/этикетке/контрэтикетке каждой единицы которой указано, что правообладателем товарных знаков является ФКП «Союзплодоимпорт»;

- водка «Русская» выпускает и активно реализует в разных формах бутылок и разных серий, в том числе «Русская березовая», «Русская клюква»;

- обозначение «Русская», в отношении алкогольной продукции и сопутствующих товаров является широко известным советским, ныне - российским брендом и вызывает в сознании потребителей однозначную ассоциативную связь с ФКП «Союзплодоимпорт», в связи с чем, оспариваемый товарный знак, содержащий в себе доминирующий семантически, фонетически и графически сходный до степени смешения словесный элемент «РУССКИЕ», вводит потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров;

- оспариваемый товарный знак может быть воспринят потребителем как продолжение линейки продукции бренда «Русская», выпускаемой под контролем государственного предприятия, что не соответствует действительности;

- таким образом, усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности товаров 33 и

услуг 35 классов МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравнимые (сходные) знаки, одному правообладателю;

- вероятность ошибочного восприятия обозначений «Русская»/«РУССКИЕ ПЕРЦЫ» усиливается ввиду длительного и активного использования серии товарных знаков «Русская» и, как результат, достаточной известности обозначения широкому кругу потребителей.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №556209 недействительным полностью.

К возражению были приложены следующие материалы:

1. Скриншоты с товаром водка «Русская» с веб-сайтов торговых сетей, магазинов на 5 л. в 1 экз.;
2. Отчеты об инвестициях в бренд «Русская» на 6 л. в 1 экз.;
3. Таблица обозначений с элементом «Русская»/«Russian» (их вариаций), признанных сходными со средствами индивидуализации ФКП «Союзплодоимпорт» на 8 л. в 1 экз.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил отзыв, доводы которого сводятся к следующему.

- оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№254171, 269165, 312401, 309232 не являются сходными до степени смешения, поскольку в указанных товарных знаках ФКП «Союзплодоимпорт» словесные элементы «Русская» выведены из правовой охраны;

- лицом, подавшим возражение, конкретный сопоставительный анализ товарных знаков и НМПТ не произведен, отсутствует комплексный анализ их сходства;

- ссылка на нарушение при регистрации оспариваемого товарного знака пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса не является обоснованной, поскольку документов, подтверждающих факт того, что потребители ассоциируют

продукцию, маркированную оспариваемым знаком, с продукцией ФКП «Союзплодоимпорт» или других производителей, не представлено;

- оспариваемый товарный знак представляет собой оригинальную, оформленную в современной стили бутылку с этикетками, на центральной этикетке которой расположен принадлежащий правообладателю товарный знак по свидетельству №516934 (стилизованное изображение факела, средняя часть которого прервана словесным обозначением «РУССКИЕ ПЕРЦЫ»). Обратная сторона бутылки в верхней части корпуса содержит отпечатанное на стекле стилизованное изображение факела, средняя часть которого прервана словесным обозначением «РУССКИЕ ПЕРЦЫ», аналогичное приведенному на главной этикетке;

- в рассматриваемом случае важное значение при восприятии оспариваемого товарного знака играет оригинальность бутылки, которая выполняет самостоятельную индивидуализирующую функцию;

- при таких обстоятельствах оспариваемый товарный знак не относит потребителя к Руси, России, не возвращает к русским традициям и культуре, не ассоциируется с производимой еще в СССР водкой «Русская», водкой «СТАРОРУССКАЯ» и НМПТ «Русская водка», являющейся водкой, производимой из умягченной воды и спирта «ЛЮКС», полученного при переработке пшеницы и ржи, произрастающих в почвенно-климатических условиях России;

- оспариваемый товарный знак и противопоставленные знаки: общеизвестный товарный знак №40, товарный знак по свидетельству №38389, товарный знак по свидетельству №554385 и НМПТ №65 «РУССКАЯ ВОДКА», включающие словесные элементы «РУССКАЯ» не являются сходными до степени смешения, поскольку не ассоциируются друг с другом в целом, отличаются в семантическом (смысловом), фонетическом (звуковом) и графическом (визуальном) отношениях;

- словосочетание «РУССКИЕ ПЕРЦЫ» является фантазийным, однако в восприятии потребителей обладает самостоятельным смысловым значением «команда современных, веселых, динамичных людей,

обладающих отличным чувством юмора и самоиронией»;

- необходимо отметить, что указанные качества не относятся к отличительным чертам русского человека;

- словосочетание «РУССКИЕ ПЕРЦЫ» используется именно в составе двух слов, при отдельном рассмотрении слов «РУССКИЕ» и «ПЕРЦЫ» смысловая нагрузка теряется. При таких обстоятельствах словесный элемент «РУССКИЕ» не определяет смысловое значение всего словосочетания в целом;

- в противопоставленных товарных знаках словесный элемент «РУССКАЯ»/«РУССКАЯ ВОДКА» обладает невысокой различительной способностью, так как содержит прямое указание на продукт «ВОДКА» и место его происхождения «РУССКАЯ»;

- в силу того, что оспариваемый товарный знак является объемным, его сильным индивидуализирующим элементом является оригинальная бутылка. Указанное обстоятельство оказывает влияние на восприятие товарного знака в целом и выполняет самостоятельную индивидуализирующую функцию.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения, поступившего 11.08.2020 и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №556209.

С отзывом были представлены следующие материалы:

4. Свидетельство на товарный знак № 556209;
5. Сведения с сайта Роспатент о товарном знаке № 254171;
6. Сведения с сайта Роспатент о товарном знаке № 269165;
7. Сведения с сайта Роспатент о товарном знаке № 312401;
8. Сведения с сайта Роспатент о товарном знаке № 309232;
9. Сведения с сайта Роспатент о товарном знаке № 554385;
10. Свидетельство на право пользования № 0065/01 НМПТ «Русская водка»;
11. Свидетельство на товарный знак № 516934.

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

С учетом даты приоритета товарного знака (18.03.2013) правовая база для рассмотрения заявления включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные Приказом Роспатента №32 от 05.03.2003, зарегистрированным Минюстом России 25.03.2003 № 4322 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями пункта 3 статьи 1483 Кодекса 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 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. Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

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.

В соответствии с подпунктом 3 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, признанными в установленном настоящим Кодексом порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров.

Регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из

товарных знаков, указанных в настоящем пункте, допускается только с согласия правообладателя.

В соответствии с требованиями пункта 7 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованием места происхождения товаров, охраняемым в соответствии с Кодексом, за исключением случая, когда такое обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, если регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара.

В соответствии с пунктом 14.4.2. Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 14.4.2.4 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы. При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах (14.4.2.2), (14.4.2.3) Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.


В соответствии с пунктом 14.4.2. Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 14.4.2.2 Правил сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) и определяется на основе совпадения признаков, изложенных в пункте 14.4.2.2 (подпункты (а) – (в)) Правил.

Согласно пункту 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. При этом принимаются во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.


Оспариваемый товарный знак по свидетельству №556209 представляет




собой объёмное обозначение «  » в виде бутылки из прозрачного стекла с этикетками, укупоренную пробкой. Корпус бутылки выполнен слегка зауженным книзу, с плавным скосом в нижней части к доньшку, имеющего в поперечном сечении и на виде сверху эллипсовидную форму. Горловина - цилиндрической формы с двухступенчатым венчиком и сопряжением горловины с корпусом по радиусу; плечики бутылки выполнены наклонными с плавно вогнутой поверхностью, сопряженными с корпусом через округленное ребро, а доньшко - со ступенчатым углублением. Пробка содержит словесное обозначение «РУССКИЕ ПЕРЦЫ», выполненное буквами русского алфавита, выпуклым шрифтом. Горловина обернута этикеткой с узкой полосой в нижней части, со скругленным вырезом сверху, со словесным элементом «SILVERFILTRATION», выполненным стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. В верхней части корпуса - углубленная полоса по периметру с полосовой этикеткой, с повторяющимися словесными элементами «RUSSIAN PEPPERS», выполненными стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Центральная этикетка прямоугольной формы с узкой полосой в нижней части содержит фон из полос-рядов штрихов, стилизованное графическое изображение вытянутой формы, средняя часть

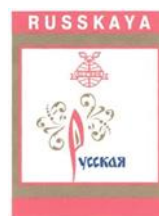
которого прервана словесными элементами «РУССКИЕ ПЕРЦЫ», выполненными буквами русского алфавита стандартным шрифтом в две строки. Кроме того, этикетка содержит элементы: словесный элемент «originaltaste», выполненный стандартным шрифтом буквами латинского алфавита; 40% vol 500 ml; (указание на крепость, объем). Обратная сторона бутылки в верхней части корпуса содержит отпечатанное на стекле (с углублениями) стилизованное изображение графического элемента вытянутой формы со словесными элементами «РУССКИЕ ПЕРЦЫ», выполненными стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Знак выполнен в белом, серебристом, сером, красном, темно-красном, черном цветовом сочетании. Все цифры, символы, буквы, слова, кроме «Русские перцы Russian peppers», являются неохраняемыми элементами. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 33 и услуг 35 классов МКТУ.



Противопоставленный общеизвестный товарный знак «» №40 [1] является комбинированным и представляет собой этикетку, содержащую словесные элементы «RUSSKAYA», «РУССКАЯ», «RUSSIAN». Товарный знак признан общеизвестным с 31.12.1985 в отношении товаров 33 класса МКТУ: «водка».



Противопоставленный товарный знак  по свидетельству №38389 [2] является комбинированным и представляет собой этикетку, содержащую словесные элементы «RUSSKAYA», «ВОДКА РУССКАЯ», «RUSSIAN VODKA». Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ: «водка».



Противопоставленный товарный знак по свидетельству №254171 [3] является комбинированным и представляет собой этикетку, содержащую словесный элемент «Русская». Словесные элементы «Русская, russkaya» являются неохраняемыми элементами. Знак выполнен в белом, синем, красном, бежевом, желто-зеленом цветовом сочетании. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 05, 29, 30, 31, 32, 34 и услуг 35 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак по свидетельству №269165 [4] является комбинированным и представляет собой оригинально выполненный словесный элемент «Русская». Знак выполнен в бежевом, синем, красном цветовом сочетании. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак по свидетельству №312401 [5] является комбинированным и представляет собой этикетку, содержащую словесный элемент «Russkaya». Словесные элементы «Русская, russkaya» являются неохраняемыми элементами. Знак выполнен в красном, желтом, синем, белом цветовом сочетании. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак по свидетельству №309232 [6] является комбинированным и представляет собой этикетку,

содержащую словесный элемент «RUSSKAYA». Словесные элементы «Russkaya, russian vodka» являются неохраняемыми элементами. Знак выполнен в желтом, красном, белом, синем цветовом сочетании. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ «водка».

Противопоставленный товарный знак «СТАРОРУССКАЯ» по свидетельству №554385 [7] является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ.

Противопоставленное наименование места происхождения товара «РУССКАЯ ВОДКА» №65/1 [8] выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товара «водка».

Относительно доводов лица, подавшего возражение, о том, что регистрация оспариваемого товарного знака по свидетельству №556209 произведена с нарушением положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.

Входящие в оспариваемый товарный знак словесные элементы «РУССКИЕ ПЕРЦЫ»/«RUSSIAN PEPPERS», имеют следующие значения:

- «Русские» — «Русский» (-ая, -ое) означает «относящийся к русскому населению России (к русским), к России; такой, как у русских, как в России. Русский народ. Русский язык. Русская история. Русское гостеприимство, (см. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова «Толковый словарь русского языка», М.: «АЗЪ», 1993, с. 712);

- «Перцы» - (перец) многолетнее травянистое растение или полукустарник из семейства пасленовых. Близкий родственник томата. В культуре перец разводят как однолетнее растение в двух формах - сладкий (овощной перец) и острый (пряный стручковый перец), (см. https://vegetable_crops.academic.ru);

- «Russian» - в переводе с английского языка означает «русский»;

- «PEPPERS» - в переводе с английского языка означает «перецы», (см. <https://www.translate.ru>).

При этом материалы возражения не содержат сведений о том, словесное обозначение «РУССКИЕ ПЕРЦЫ»/«RUSSIAN PEPPERS» является видовым наименованием товара. Также, его значение отсутствует в терминологических словарях, связанных с областью производства алкогольной продукции, следовательно, не является лексической единицей, характерной для области деятельности правообладателя по производству указанных товаров.

Таким образом, в отношении товаров 33 и услуг 35 классов МКТУ оспариваемое обозначение носит фантазийный характер.

Не являясь описательным, нет оснований для вывода и о том, что оспариваемый товарный знак будет вводить потребителя в заблуждение относительно вида, состава, свойств товаров.

Касаемо довода лица, подавшего возражение о том, что оспариваемый товарный знак будет вводить потребителя в заблуждение относительно производителя товаров, коллегия отмечает следующее.

Способность введения в заблуждение может возникнуть у потребителя в результате ассоциации, в том числе, с иным лицом, основанной на предшествующем опыте потребителя.

Для вывода о возникновении указанной ассоциации, связанной с иным производителем товара, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение у потребителей стойкой ассоциативной связи между товаром и его производителем.

Способность обозначения вводить потребителя в заблуждение не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и изготовителе.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №556209 сам по себе не может вводить потребителя в заблуждение ни относительно товаров, ни

относительно его изготовителя, поскольку не несет в себе информации о товаре и его изготовителе.

Кроме того, документов, подтверждающих факт того, что потребители ассоциируют продукцию, маркированную оспариваемым товарным знаком, с продукцией лицом, подавшим возражение, не представлено.

Таким образом, нет оснований для вывода о том, что на 18.03.2013 оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Указанное позволяет утверждать, что оспариваемый товарный знак соответствует подпункту 1 пункту 3 статье 1483 Кодекса.

Анализ товарного знака по свидетельству №556209 на предмет его соответствия требованиям пункта 6 и пункта 7 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Сопоставительный анализ оспариваемого и указанных выше противопоставленных общеизвестного товарного знака [1], товарных знаков [2-7] и наименования места происхождения товара [8] показал, что в их состав входят фонетически и семантически сходные словесные элементы – «РУССКИЕ»/«РУССКАЯ»/«RUSSKAYA», в силу чего сравниваемые знаки ассоциируются друг с другом в целом. Так, данные слова имеют одинаковое количество звуков и состав звуков.

Кроме того, в состав оспариваемого товарного знака входит словесный элемент «RUSSIAN», который является фонетически и семантически тождественным со словесным элементом «RUSSIAN» (в переводе с английского языка означает «Русский»), содержащимся в противопоставленных товарных знаках [1, 2, 5, 6].

Необходимо отметить, что сходный словесный элемент в оспариваемом обозначении расположен на этикетке в начальной позиции, с которой начинается восприятие обозначения потребителем.

Коллегия отмечает, что словесные элементы «РУССКИЕ ПЕРЦЫ»/«RUSSIAN PEPPERS» оспариваемого товарного знака, выполнены крупным

размером шрифта и являются основными элементами оспариваемого обозначения. При этом, данные элементы расположены в верхней части знака и занимает начальную позицию, с которой начинается восприятие обозначения потребителем.

Как указывалось выше, согласно словарно-справочным источникам (см. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова «Толковый словарь русского языка», М.: «АЗЪ», 1993, с. 712), слово «Русский» (-ая, -ое) означает «относящийся к русскому населению России (к русским), к России; такой, как у русских, как в России. Русский народ. Русский язык. Русская история. Русское гостеприимство.

Учитывая приведенные выше примеры, можно сделать вывод о том, что словесный элемент «русские» (russian) определяет смысловое значение всего словосочетания в целом, придавая ему устойчивую связь с чем-либо, относящимся к России и русскому.

При сравнительном анализе оспариваемого товарного знака и указанных выше противопоставленных товарных знаков и наименования места происхождения товара коллегия исходила из того, что решающее значение при их восприятии в целом имеют именно фонетический и семантический факторы, на основе которых и было установлено сходство соответствующих слов.

При этом некоторые отличия сравниваемых знаков по графическому критерию сходства обозначений (разное цветовое и шрифтовое исполнение, разное количество слов, слогов, звуков и букв, наличие иных слов и разная внешняя форма изобразительных элементов) играют лишь второстепенную роль при восприятии данных знаков в целом.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

Относительно противопоставленных товарных знаков [3, 5, 6], коллегия отмечает, что данные товарные знаки и оспариваемый товарный знак не являются сходными, поскольку словесные элементы «Русская, RUSSKAYA»/«Russkaya, russian»/ «Russkaya, russian vodka» выведены из правовой охраны.

Однако, необходимо отметить, что противопоставленный товарный знак «RUSSKAYA», «РУССКАЯ», «RUSSIAN» по свидетельству №40 [1] является общеизвестным для товаров 33 класса МКТУ «водка» (признан таковым на основании ранее зарегистрированного товарного знака по свидетельству №38389 [2]), следовательно, была установлена известность противопоставленных товарных знаков в отношении товара 33 класса МКТУ «водка» на основании их длительного и интенсивного использования на территории Российской Федерации под контролем правообладателя – ФКП «Союзплодоимпорт». При этом слово «РУССКАЯ»/«RUSSIAN» противопоставленных товарных знаков [1, 2] является их основным индивидуализирующим элементом и занимает доминирующее положение.

Кроме того, противопоставленный товарный знак [4], также, состоит из словесного элемента «Русская», который является охраняемым элементом обозначения.

Тождество элемента «RUSSIAN», входящего в состав оспариваемого обозначения и противопоставленных товарных знаков [1, 2], совпадение элемента «РУССКИЕ» оспариваемого обозначения и противопоставленных товарных знаков [1, 2, 4, 7], а также высокая степень сходства элементов «РУССКИЕ»/«РУССКАЯ», «RUSSKAYA» оспариваемого товарного знака и противопоставленных знаков [1, 2, 4, 7] как по смыслу, так и фонетически обуславливает вывод о сходстве сравниваемых обозначений.

Так, занимающее в рассматриваемом словосочетании начальное положение слово «РУССКИЕ»/«RUSSIAN» в отношении алкогольной продукции несет определенную существенную индивидуализирующую нагрузку с учетом крайне широкой известности такой продукции,

индивидуализируемой противопоставленными знаками со словом «РУССКАЯ»/«RUSSIAN».

В силу данного обстоятельства в оспариваемом обозначении, предназначенном, в частности, для индивидуализации этой же продукции, сходное слово «РУССКИЕ»/«RUSSIAN», несмотря на наличие у него грамматической и семантической связей с другим словом, также особо акцентирует на себе внимание, обуславливая порождение им ассоциативно-смысловых образов, связанных, прежде всего, с Россией (Русью) или чем-то, имеющим отношение именно к ней.

В соответствии с изложенным коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ однородности товаров, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарному знаку по свидетельству №556209 и противопоставленных знаков [1, 2, 4, 7], показал следующее.

Правовая охрана общеизвестному товарному знаку [1], противопоставленному товарному знаку [2] предоставлена в отношении товара 33 класса МКТУ «водка», который относится к алкогольным напиткам.

Правовая охрана противопоставленному товарному знаку [4] предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ «аперитивы, арак, бренди, вина, вино из виноградных выжимок, виски, водка, джин, джестивы, коктейли, ликёры, напитки алкогольные, напитки алкогольные, содержащие фрукты, напитки спиртовые, напитки, полученные перегонкой, напиток медовый, настойка мятная, настойки горькие, ром, sake, сидры, спирт рисовый, экстракты спиртовые, экстракты фруктовые спиртовые, эссенции спиртовые».

Правовая охрана противопоставленному товарному знаку [7] предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ «алкогольные напитки

(за исключением пива); аперитивы, арак, бренди, вина, вино из виноградных выжимок, виски, водка, джин, дижестивы, коктейли, ликёры, напитки алкогольные, напитки алкогольные, содержащие фрукты, напитки спиртовые, напитки, полученные перегонкой, напиток медовый [медовуха], настойка мятная, настойки горькие, ром, сакэ, сидры, спирт рисовый, экстракты спиртовые, экстракты фруктовые спиртовые, эссенции спиртовые».

В перечне оспариваемого товарного знака представлены товары 33 класса МКТУ «водка и алкогольные напитки» и услуги 35 класса МКТУ «реклама».

Указанные выше товары 33 класса МКТУ оспариваемого товарного знака и противопоставленных знаков [1, 2, 4, 7] относятся к одной и той же родовой группе товаров – «алкогольные напитки», ввиду чего, они являются однородными.

Ввиду данного обстоятельства усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности указанных (однородных) товаров 33 класса МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (сходные) знаки, одному производителю.

Таким образом, оспариваемый товарный знак и указанные выше противопоставленные товарные знаки [1, 2, 4, 7] являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров 33 класса МКТУ.

Касаемо услуг 35 класса МКТУ, содержащихся в перечне оспариваемого товарного знака, коллегия отмечает, следующее.

Исходя из того, что оспариваемый товарный знак предназначен для маркировки алкогольной продукции, о чем свидетельствуют, входящие в его состав элементы: 40% vol 500 ml; (указание на крепость, объем), то услуги 35 класса МКТУ «реклама» однозначно осуществляются в отношении алкогольной продукции, следовательно, являются однородными товарам 33 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2, 4, 7].

В этой связи, оспариваемый товарный знак в отношении услуг 35 класса МКТУ «реклама», способен вызвать у потребителя представление о том, что сравниваемые средства индивидуализации принадлежат одному и тому же предприятию или исходят из одного и того же коммерческого источника, что в данном случае не соответствует действительности.

Кроме того, имеется наименование места происхождения товара №65/1 в отношении товара «водка».

В данном средстве индивидуализации элемент «Русская» является сильным, ввиду чего, как было указано выше, возникает представление о происхождении товаров из одного коммерческого источника, поэтому оспариваемые товары 33 класса МКТУ следует признать однородными товару «водка» противопоставленного средства индивидуализации [8], что противоречит требованиям пунктов 6, 7 статьи 1483 Кодекса.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №556209 противоречит требованиям пунктов 6, 7 статьи 1483 Кодекса, следует признать убедительным.

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

удовлетворить возражение, поступившее 11.08.2020 и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №556209 недействительным полностью.