

Палата по патентным спорам в порядке, установленном частью четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации, введённой 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), рассмотрела возражение от 25.02.2009 против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 315730, поданное компанией Штаатлихес Хоффбройхаус ин Мюнхен, Германия (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Комбинированное обозначение по заявке №2005709368/50 с приоритетом от 21.04.2005 было зарегистрировано в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 25.10.2006 за № 315730 на имя Совместного белорусско-германского общества с ограниченной ответственностью «Двинский бровар», Республика Беларусь (далее – правообладатель) в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В соответствии с описанием, приведенным в материалах заявки, в качестве товарного знака зарегистрировано комбинированное обозначение, в центре которого изображена бочка, на передней стороне которой выполнены буквы русского алфавита «Н» и «В», являющиеся инициалами учредителя фирмы заявителя. Слева и справа от бочки изображены львы, сверху – царская корона. Снизу бочка декорирована колосками и лентой, на которой выполнена надпись буквами латинского алфавита: «QUALITY,CONVENIENCE,TASTE», которое в переводе на русский язык означает: «Качество, удобство, вкус». Все буквы и слова являются неохраняемыми в соответствии с пунктом 1 статьи 6 Закона Российской Федерации от 23.09.1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» с изменениями, внесенными Федеральным законом от 11.12.2002 № 166-ФЗ (далее – Закон). Правовая охрана представлена в цветовом

сочетании бежевого, желтого, коричневого, серого, темно – серого, оливкового, черного и белого цветов.

В Палату по патентным спорам поступило возражение от 25.02.2009 против предоставления правовой охраны товарному знаку со словесным элементом «НВ» по свидетельству № 315730, доводы которого сводятся к следующему:

- лицом, подавшим возражение, является один из старейших и известнейших в мире производителей пива, который объединяет под своим именем основанную в 1589 году пивоварню и самый знаменитый в мире пивной ресторан HOFBRAUHAUS в Мюнхене, Германия;
- лицо, подавшее возражение, является правообладателем комбинированного знака «НВ» с приоритетом от 09.06.1995 № 638202, зарегистрированного в отношении товаров 32 класса МКТУ;
- регистрация товарного знака по свидетельству № 315730 произведена с нарушением положений пункта 3 статьи 6 и пункта 1 статьи 7 Закона;
- при сравнении комбинированного товарного знака по свидетельству №315730 с комбинированным знаком по международной регистрации №638202 становится очевидным их сходство до степени смешения по всем критериям, предусмотренным Правилами составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003, зарегистрированные в Министерстве Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный № 4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее—Правила);
- при определении сходства изобразительных и объемных обозначений наиболее важным является первое впечатление, получаемое при сравнении обозначений;
- международный комбинированный знак по международной регистрации №638202 представляет собой изображение латинских букв «НВ» с расположенной над ними королевской короной. Сочетание букв «НВ» с короной заключено в вертикальную овальную рамку и формирует логотип правообладателя;

- королевская корона в международной регистрации лица, подавшего возражение, символизирует его королевское происхождение – пивоварня Хоффбройхаус, была основана в 1589 году при дворе Герцога Вильгельма Пятого Баварского и носила статус королевской семьи вплоть до 1935 года;

- буквы «HB» в международной регистрации №638202 являются аббревиатурой немецкого сложносоставного слова HOFBRAU, составляющего основу фирменного наименования компании лица, подавшего возражение. Указанная аббревиатура известна во всем мире как сокращенное фирменное наименование и как товарный знак, используемый лицом, подавшим возражение, на товарах, этикетках, вывесках и в рекламе наравне с его полным наименованием HOFBRAUHAUS/ HOFBRAU;

- оспариваемый комбинированный товарный знак по свидетельству №315370 включает в свой состав следующие элементы: занимающие центральное положение заглавные буквы «HB» на фоне овальной пивной бочки, над которыми расположено изображение королевской короны. Изображение бочки с буквами «HB» и короной справа и слева обрамляют изображения стоящих львов, снизу - колосья пшеницы, шишки хмеля и геральдической ленты с надписью «QUALITY, CONVIENCE, TASTE»;

- при сравнении отдельных элементов оспариваемого товарного знака, становится очевидным сходство до степени смешения со знаком лица, подавшего возражение;

- стоящий на задних лапах золотой лев является геральдическим символом земли Бавария. Два золотых льва, держащих в лапах щит с короной над ним, традиционно составляли основу, как современного государственного герба, так и старого королевского герба Баварии. Присутствие данных элементов в комбинированном товарном знаке способно порождать у потребителей ассоциации с Баварией, ее государственной символикой, что, в свою очередь, способно усиливать сходство до степени смешения с товарным знаком лица, подавшего возражение, местом нахождения которого является г.Мюнхен, столица Баварии;

- словесные элементы «QUALITY, CONVIENCE, TASTE», расположенные в нижней части оспариваемого товарного знака, носят исключительно хвалебный характер, и не обладают различительной способностью. Для российского потребителя указанные элементы, выполненные на иностранном языке, могут создавать впечатление принадлежности оспариваемого знака иностранному производителю;
- ООО «Двинский бровар» позиционирует себя на рынке как производитель немецкого пива, о чем утверждается в его рекламных публикациях, создает все предпосылки для смешения комбинированного товарного знака по свидетельству №315730 с международной регистрацией №638202;
- комбинированный знак по международной регистрации зарегистрирован по всему миру, включая Российскую Федерацию;
- Хофбрайхаус как придворная пивоварня стоял у истоков проводимого ежегодно с 1810 года и привлекающего миллионы посетителей со всего мира самого известного пивного праздника «Октоберфест» в Мюнхене;
- в настоящее время пивоварня Хофбрайхаус, вне зависимости от ее легендарного статуса, является одним из важнейших производителей пива в Германии.

На основании вышеизложенного лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №315730 в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ.

В подтверждение своих доводов лицо, подавшее возражение, представил следующие материалы:

- копия публикации международной регистрации № 638202 на 4 л. [1];
- распечатка герба Баварии на 1 л. [2];
- распечатка с сайта www.hofbrauhaus.com, www.hofbraeuhaus.de, www.hofbraeuhaus-muenchen.de на 22 л. [3];
- распечатка с сайта www.hofbraeuhaus-shop.de на 16л. [4];

- копия проспекта Хоффбрайхаус на 17 л.[5];
- копия рекламной листовки Хоффбрайхаус на 2 л.[6];
- копия из книги «Пиво. 500 великих марок. Путеводитель» на 4 л. [7];
- копия из книги «Баварское пиво. Альбом – путеводитель» на 6 л. [8];
- копия из книги «Иллюстрированная энциклопедия пива» на 4 л. [9];
- копия из книги «Большая энциклопедия пива» на 3 л. [10];
- копия из книги «Мюнхен. Октоберфест» на 12 л. [11];
- копия из книги «Бавария. Мюнхен» на 6л. [12];
- копия из книги «Бавария. Крепости, замки, дворцы. Исторический путеводитель» на 7 л. [13];
- распечатка из сети интернет о компании Хоффбрайхаус и пиве «НВ» на 29 л. [14];
- распечатка из сети интернет о компании ООО «Двинский бровар» на 5л. [15].

Правообладатель в установленном порядке был ознакомлен с возражением против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 315730, но отзыв на возражение не представил.

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

С учетом даты поступления заявки № 2005709368/50 правовая база для оценки охраноспособности товарного знака включает в себя отмеченный выше Закон и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003, зарегистрированные в Минюсте 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 или их элементов 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 пунктом 1 статьи 7 Закона не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию (если заявки на них не отозваны) или 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 пунктом 14.4.2. Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, не смотря 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 заявлении обозначении.

В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их

назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

Оспариваемый товарный знак является комбинированным. В центре изображена бочка, на передней части которой расположены буквы «НВ». В верхней части обозначения расположена корона. С правой и левой стороны от бочки изображены львы, опирающиеся лапами на бочку. В нижней части бочка обрамлена колосками и лентой с надписью «QUALITY, CONVIENCE, TASTE», выполненной стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ. Все слова и буквы являются неохраняемыми.

Как следует из возражения, предоставление правовой охраны указанному товарному знаку оспаривается по основаниям, изложенным в пункте 3 статьи 6 и пункте 1 статьи 7 Закона.

Возражение мотивировано тем, что в состав оспариваемого товарного знака включено обозначение «НВ», которое сходно до степени смешения с товарным знаком лица, подавшего возражение.

Права лица, подавшего возражение, компании Staatliches Hofbrauhaus in Munchen на знак «НВ» охраняются международной регистраций №638202 с приоритетом от 09.06.1995.

Анализ доводов возражения и представленных материалов показал следующее.

Пивоваренная компания Staatliches Hofbrauhaus in Munchen является одним из старейших и известнейших в мире производителей пива и объединяет под своим именем пивоварню, основанную в 1589 году, и знаменитый пивной ресторан, расположенный в Мюнхене, Германия.

О широкой известности товарного знака «НВ», принадлежащего лицу, подавшему возражение, свидетельствуют представленные документы [5-13].

Буквы «НВ» являются аббревиатурой фирменного наименования лица, подавшего возражение, и хорошо известны в мире и как товарный знак, используемый для маркировки пива, и как сокращенное наименование производителя Хоффбрайхаус.

С учетом широкой известности продукции, маркированной товарным знаком «НВ», а также ее производителя - Хоффбрайхаус, лицо, подавшее возражение, полагает, что товарный знак со словесным элементом «НВ» по свидетельству № 315730, принадлежащий иному лицу, будет вводить в заблуждение потребителя относительно производителя товаров 32 и 33 классов МКТУ. Коллегия Палаты по патентным спорам считает доводы лица, подавшего возражение, неубедительными, так как материалы возражения не содержат каких-либо сведений о возникновении в сознании российского потребителя устойчивой ассоциативной связи международной регистрации №638202 знака «НВ» с производителем этих товаров.

Таким образом, вопреки утверждению лица, подавшего возражение, предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку не противоречит требованиям, регламентированным пунктом 3 статьи 6 Закона.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 315730 оспаривается по основаниям, предусмотренными пунктом 1 статьи 7 Закона.

По мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с принадлежащими ему знаком по международной регистрации №638202, со словесным элементом «НВ» и изображением короны, которые занимают в знаке доминирующее положение.

При оценке сходства комбинированных обозначений определяется сходство как всего обозначения в целом, так и его составляющих элементов.

Первое впечатление от сравнения обозначений, которое наиболее близко к восприятию товарных знаков потребителями, является впечатление сходства, поскольку обозначения «НВ» в обоих обозначениях расположены в центральной части, а в верхних частях расположены изобразительные элементы, имеющие сходное содержание, а именно: короны. Следует отметить, что наличие в оспариваемом товарном знаке изображения львов и колосьев является частым или характерным элементом, который применяется при маркировке пива, и поэтому анализ сходства проводился по сходным изображениям короны и буквосочетаниям «НВ», расположенным в центральной части знаков. Что касается словесного элемента «НВ»,

то указанные буквы присутствуют как в латинском, так и в русском алфавитах, но наличие ленты с надписью на латинском языке позволяет отнести буквы «НВ» к латинскому языку. Таким образом, сравниваемые обозначения представляют собой композиции, характеризующиеся одинаковым расположением и содержанием входящих в их изобразительных и буквенных элементов.

Сами по себе буквы, входящие в состав оспариваемого товарного знака являются неохраняемыми, но в силу их вхождения в общую композицию, а также центрального расположения, они способствуют осуществлению обозначением его основной функции отличать товары и услуги одних производителей от товаров других производителей. Таким образом, указанные элементы (буквы «НВ» и корона) имеют явное графическое сходство с элементами, входящими в состав противопоставленной международной регистрацией №638202, обусловленное одинаковым композиционным расположением букв и одинаковым изображением короны в верхней части знака. Указанные факты сходного восприятия данных элементов усиливают смешение знаков в целом.

Действительно, сравниваемые обозначения имеют ряд различий, например, изображение львов, колосьев и ленты с надписью, а также расхождение в исполнении отдельных элементов, что, безусловно, ослабляет сходство знаков. Однако эти элементы не оказывают существенного влияния на общее зрительное впечатление, получаемое при сравнении знаков.

Вышеуказанное обуславливает вывод о сходстве сравниемых обозначений по общему зрительному впечатлению, несмотря на их отдельные отличия.

Анализ перечней товаров показал, что товары 32 класса МКТУ, приведенные в перечнях оспариваемого и противопоставленных знаков, соотносятся как род/вид, и поэтому являются однородными. Что касается товаров 33 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, то коллегия Палаты по патентным спорам считает, что «напитки алкогольные», является родовым понятием по отношению к видовому понятию «пиво», и поэтому они являются однородными. Остальные товары 33 класса МКТУ, включенные в перечень товаров оспариваемой

регистрации являются конкретными видами алкогольных напитков и не могут быть признаны однородными товару «пиво», указанному в перечне противопоставленного знака.

Таким образом, сходство сравниваемых знаков и однородность товаров 32 класса МКТУ и части 33 класса МКТУ определяют ассоциирование сравниваемых знаков в целом, что свидетельствует о сходстве знаков до степени смешения в отношении однородных товаров. В связи с этим, коллегия Палаты по патентным спорам считает, что регистрация товарного знака по свидетельству №315730 произведена в нарушение пункта 1 статьи 7 Закона.

В соответствии с вышеизложенным, Палата по патентным спорам решила:

удовлетворить возражение от 25.02.2009 и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 315730 недействительным частично, сохранив ее действие в отношении следующих товаров:

В бюллетень "Товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров"

Г

(526) – все буквы и слова.

(591) – бежевый, желтый, коричневый, серый, темно – серый, оливковый, черный, белый.

(511) - аперитивы; арак; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; джин; дижестивы; коктейли; ликеры; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый; настойка мятная; настойки горькие; ром; сакэ; сидры; спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые.