

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

коллегии по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 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, регистрационный № 4520, рассмотрела поступившее 23.08.2021 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 698270, поданное ДАВИДЕ КАМПАРИ – МИЛАНО Н.В., Нидерланды (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

**АПЕЙРОН
APEIRON**

Регистрация оспариваемого товарного знака « **АПЕЙРОН** » с приоритетом от 24.07.2018 по заявке № 2018731038 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 14.02.2019 за № 698270. Товарный знак зарегистрирован на имя Акционерного общества «Родник», Калужская область, Барятинский р-н, с. Барятино (далее – правообладатель), в отношении товаров 32, 33 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 23.08.2021, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 698270 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 (1), 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

В возражении приведён довод о том, что оспариваемый товарный знак способен вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров, поскольку представляет собой слово иностранного происхождения и вызывает ложные ассоциации с иностранным производителем. Данный довод обоснован также тем, что фактическое использование оспариваемого товарного знака осуществляется с применением на этикетке слова «aperitif», которое является лексической единицей иностранного языка.

Также возражение обосновано тем, что оспариваемый товарный знак способен вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров в связи с тем, что он представляет собой имитацию известных потребителю товарных знаков



«**APEROL**», «» и «**APEROL SPRITZ**» по международным регистрациям №№ 516537, 1090485, 1028398, используемых для маркировки однородных товаров. Лёгкий аперитив с содержанием алкоголя под товарным знаком «APEROL» был выпущен в Италии в 1919 году, напиток «APEROL» называют самым известным и популярным в мире аперитивом, международным хитом. В 2012 году аперитив «APEROL» вошёл в книгу рекордов Гиннеса, когда более 2600 человек на площади Сан-Марко в Венеции подняли для тоста свои бокалы с данным напитком, в 2019 году напиток «Aperol Spritz» занял девятое место в списке самых продаваемых в мире по данным Drink International 2019.

В возражении поясняется, что в России продукция, маркированная товарным знаком «APEROL», представлена в крупнейших розничных сетях: «Перекрёсток», «Пятёрочка», «Красное&Белое», «Метро», «Лента», «О`Кей», «Eurospar», «Авоська», «Ашан», «Бристоль», «Винлаб», «Твой дом», «Глобус», «Ароматный мир».

По мнению лица, подавшего возражение, осведомлённость потребителя о ранее существовавшем обозначении «APEROL» обуславливает вероятность

возникновения ассоциаций оспариваемого товарного знака с иным лицом – не правообладателем.

Кроме того, по мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с товарными знаками лица подавшего возражение, имеющими более ранний приоритет, а именно: знаками «**APEROL**»,



«**APEROL SPRITZ**» по международным регистрациям №№ 516537, 1090485, 1028398, зарегистрированными в отношении товаров и услуг 32, 33, 43 классов МКТУ. В возражении отмечается наличие признаков звукового и визуального сходства, указывается на сходство по смысловому признаку виду ассоциации каждого из обозначений с понятием «аперитив». Также в возражение приведён довод об однородности всех товаров оспариваемого перечня с товарами противопоставленных регистраций.

Дополнительно лицо, подавшее возражение, просит учесть такие обстоятельства как высокая степень сходства, высокая степень однородности, известность и репутация товарных знаков лица, подавшего возражение, наличие серии товарных знаков лица, подавшего возражение.

На основании вышеизложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 698270 недействительным в отношении всех товаров 32 и 33 классов МКТУ.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Распечатка сведений в отношении товарного знака по свидетельству № 698270.
2. Распечатка из сети Интернет «АПЕЙРОН APEIRON».
3. Распечатка сведений в отношении знаков по международным регистрациям №№ 516537, 1090485, 1028398.

4. Публикации статей в сети Интернет от 28.05.2018, 12.11.2018, 30.09.2011, 08.08.2018.

5. Публикация с сайта «Википедия».

6. Предложения к продаже товаров в сети Интернет.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 25.10.2021, лицом, подавшим возражение, представлены дополнительные материалы, а именно:

7. Письмо от 13.09.2021 ООО «КАМПАРИ РУС» об объемах ввоза и реализации продукции «APEROL».

8. Таможенные декларации от 19.02.2014, 01.12.2014, 13.02.2015, 15.10.2015, 02.07.2018, 06.02.2018, 15.01.2016, 19.10.2016, 27.03.2017, 20.07.2017 о ввозе на территорию Российской Федерации алкогольной продукции производства компании ДАВИДЕ КАМПАРИ – МИЛАНО С.П.А., Италия (на основании сертификатов ТС РОСС IT.АЯ78.Д04760 от 02.08.2012, РОСС IT.АЕ83.Д13629 от 27.06.2013, ТС №RU Д-IT.АЯ46.В.69487 от 02.07.2014, ТС №RU Д-IT.АЯ46.В.77353 от 29.04.2015, №RU Д-IT.АЯ46.В.84223 от 10.03.2016).

9. Декларации о соответствии напитка десертного «АПЕРПОЛЬ» (аперитив) установленным требованиям.

10. Счета 2011, 2014, 2016, 2018 гг.

11. Регистрационные документы в отношении ООО «ВАСКО (СНГ)», впоследствии ООО «КАМПАРИ РУС», решение об изменении наименования общества.

12. Дистрибьюторский договор от 13.03.2012 с дополнительными соглашениями, приложениями.

13. Контракты от 04.03.2011, 13.03.2012 о поставке алкогольной продукции с дополнительными соглашениями, приложениями.

Корреспонденцией, поступившей 15.11.2021, лицом, подавшим возражение, представлено дополнение к возражению, в котором сообщается, что правообладателем после регистрации оспариваемого товарного знака поданы две заявки на товарные знаки со словесным элементом «APEIRON»: заявки

№№ 2018752717 и 2021722191, в отношении которых установлено сходство обозначений с товарными знаками лица, подавшего возражение, а именно знаками по международным регистрациям №№ 516537, 1090485, 1028398, что свидетельствует о признании Роспатентом сходства словесных элементов «APEIRON» и «APEROL». Лицо, подавшее возражение, просит учесть данные обстоятельства при принятии решения по возражению.

Правообладатель, в установленном порядке ознакомленный с поступившим возражением, 17.11.2021 представил отзыв по его мотивам, в котором указывает на то, что в подтверждение способности оспариваемого товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно производителя товаров лицом, подавшим возражение, не представлено доказательств возникновения у потребителей устойчивых ассоциативных связей именно с лицом, подавшим возражение, таких как результаты социологического опроса потребителей, сведения о реализации товара на территории России.

Правообладатель полагает, что заявление ООО «КАМАПРИ РУС» об объёмах реализованной на территории России продукции «APEROL» носит декларативный и бездоказательный характер. Правообладателем обращено внимание на то, что отсутствие доказательств возникновения у потребителя ассоциативной связи оспариваемого товарного знака именно с лицом, подавшим возражение, свидетельствует о невозможности применения пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В отзыве также отмечается, что довод возражения о сходстве оспариваемого товарного знака с противопоставленными в возражении знаками лица, подавшего возражение, является необоснованным, поскольку имеются существенные визуальные отличия сравниваемых товарных знаков, формирующие разное общее зрительное впечатление, а также фонетические отличия, позволяющие российскому потребителю различать сравниваемые обозначения. Также правообладатель полагает необходимым учесть смысловое содержание сравниваемых товарных знаков, а именно: понятие «APEROL» раскрывается как напиток, в то время как содержание словесного элемента «APEIRON»/«АПЕЙРОН» сводится к его переводу

с греческого языка как «бесконечность», что является основанием для признания сравниваемых обозначений несходными в целом.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 698270.

К отзыву приложены следующие материалы:

14. Распечатки онлайн перевода слов «APEIRON», «APEROL».

15. Статья «АПЕРОЛЬ» с сайта/портала «Википедия».

16. Статья «АПЕЙРОН» с сайта/портала «Википедия».

Лицо, подавшее возражение, ознакомившись с отзывом правообладателя, представило свои пояснения, в которых считает ошибочной позицию правообладателя о недоказанности ассоциативной связи оспариваемого обозначения с лицом, подавшим возражение, и факта реализации продукции «APEROL» на территории Российской Федерации.

Лицо, подавшее возражение, обращает внимание на то, что в сети Интернет его продукция широко представлена, что свидетельствует о её известности российскому потребителю. Кроме того, следует учитывать отсутствие возможности рекламы алкогольной продукции в связи с законодательным запретом. Дополнительно лицо, подавшее возражение, указывает на несогласие с доводом отзыва о несходстве сравниваемых товарных знаков.

Также по мнению лица, подавшего возражение, регистрация оспариваемого товарного знака осуществлена правообладателем с целью использования репутации и известности более ранних товарных знаков лица, подавшего возражение.

К дополнению приложена статья «АПЕРОЛЬ» с сайта/портала «Викисловарь» (17).

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

С учетом даты (24.07.2018) подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения

документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определённом качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

- 1) товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации;

- 2) 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;

3) товарными знаками других лиц, признанными в установленном порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров с даты более ранней, чем приоритет заявленного обозначения.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

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

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

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

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

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

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

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

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

Мотивы возражения о несоответствии оспариваемой регистрации требованиям пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса основаны на исключительном праве лица, подавшего возражение, на товарные знаки, включающие словесный элемент «APEROL» (международные регистрации №№ 516537, 1090485, 1028398), а также на фактических материалах, касающихся использования обозначения «APEROL» до даты подачи заявки № 2018731038.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 698270 представляет собой

АПЕЙРОН
APEIRON

словесное обозначение «», выполненное стандартным шрифтом буквами русского и латинского алфавитов в две строки. Правовая охрана товарного знака действует в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Противопоставленные знаки «**APEROL**» и «**APEROL SPRITZ**» по международным регистрациям №№ 516537 и 1028398 являются словесными, выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита в одну строку. Правовая охрана данных знаков на территории Российской Федерации

действует с приоритетами от 09.11.1987 и 09.07.2009, соответственно, в отношении всех товаров 32, 33 классов МКТУ, перечисленных в регистрации № 516537, и в отношении всех товаров и услуг 32, 33 и 43 классов МКТУ, перечисленных в регистрации № 1028398.



Противопоставленный знак «  » по международной регистрации № 1090485 представляет собой комбинированное обозначение в виде этикетки с размещенной в её верхней части плашкой со словесным элементом «APEROL», выполненным буквами латинского алфавита. Знак выполнен в следующем цветовом сочетании: золотой, тёмно-синий, голубой, жёлтый, зелёный, оранжевый и белый. Правовая охрана данного знака на территории Российской Федерации действует с приоритетом от 29.07.2011 в отношении всех товаров и услуг 32, 33 и 43 классов МКТУ, перечисленных в регистрации № 1090485.

Сравнительный анализ оспариваемого и противопоставленных товарных знаков показал следующее.

Согласно сведениям МБ ВОИС правообладателем знаков по международным регистрациям №№ 516537, 1090485, 1028398 является DAVIDE CAMPARI - MILANO N.V., HERENGRACHT 420, NL-1017 BZ AMSTERDAM, Нидерланды (NL). Данное наименование и адрес изменены в соответствии с публикацией от 12.11.2020 об изменении наименования и адреса правообладателя (см. The WIPO Gazette of International Marks № 44/2020, <https://www.wipo.int/>). Ранее указанной даты были приведены следующие сведения: DAVIDE CAMPARI - MILANO S.P.A., Via Franco Sacchetti, 20, SESTO SAN GIOVANNI (MILANO), Италия, (IT).

Таким образом, лицо, подавшее возражение, является правообладателем всех трёх противопоставленных им товарных знаков, охраняемых, в частности, в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ, включающих в качестве основного элемента знаков словесный элемент «APEROL», выполненный в латинице, поскольку именно на нём в первую очередь акцентируется внимание потребителей,

что свидетельствует о возможности признания указанных товарных знаков серий знаков одного лица, объединенных словесным элементом «APEROL».

Сравнительный анализ оспариваемого и противопоставленных товарных знаков показал следующее.

В оспариваемом товарном знаке слово «APEIRON» является транслитерацией слова «АПЕЙРОН» буквами латинского алфавита.

Фонетическое сходство оспариваемого («АПЕЙРОН APEIRON») и противопоставленных («APEROL»/«APEROL SPIRITZ») товарных знаков обуславливается наличием близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях ([АПЕЙ-]/[АПЕ-], [-РОН]/[-РОЛЬ]); близостью звуков, составляющих обозначения (согласных: [П], [Р], гласных [А], [Е], [О]); расположением близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличием совпадающих слогов («АПЕ-») и их расположением; близостью состава гласных и согласных звуков; местом совпадающих звукосочетаний в составе обозначений. Таким образом, сравниваемые словесные элементы следует признать сходными по фонетическому признаку сходства.

Словесный элемент «APEROL», как и слово «APEIRON», согласно словарным-справочным источникам (<https://translate.academic.ru/APEROL/xx/ru/>, <https://translate.academic.ru/APEIRON/xx/ru/>), не имеет лексического значения.

Представленные правообладателем статьи с портала «Википедии» раскрывают понятия «АПЕЙРОН» (16) и «АПЕРОЛЬ» (15) следующим образом:

«Апейрон (греч. ἄπειρον, «бесконечное, беспредельное») — понятие древнегреческой философии, введённое Анаксимандром, означающее неопределённое, беспредельное и бесконечное первовещество. Апейрон у Анаксимандра является основой мира и существует в вечном движении. Апейрон — это бескачественная материя; всё возникло путём выделения из апейрона противоположностей (например, горячее и холодное)»;

«Апероль (итал. Aperol) — итальянский аперитив. Имеет оранжево-красный цвет и горьковатый вкус. Букет содержит ноты апельсинов, трав и ароматических приправ. Крепость напитка составляет 11 %, однако для Германии с 2006 года процентное

содержание алкоголя было поднято на 4 %. Это связано с тем, что согласно немецким нормам, алкогольные напитки крепостью ниже 15 % должны разливаться в многоразовую тару. На выставке San Francisco World Spirits Competition 2012 апероль был назван «лучшим аперитивом» и получил золотую медаль».

Как видно, представленное значение транслитерации основного элемента противопоставленных товарных знаков указывает лишь на существование такого алкогольного напитка и содержит ссылку на Официальный сайт «Gruppo Campari», следовательно, не является основанием для установления какого-либо смыслового содержания противопоставленных товарных знаков.

Кроме того, необходимо отметить, что информация с сайта свободного наполнения («Википедия») не считается подтверждающей изложенные в ней обстоятельства, поскольку такая информация может быть внесена и отредактирована каждым желающим, в связи с чем не является объективной.

При этом важным в данном случае является также то, что приведенное в отношении оспариваемого товарного знака значение не является широко известным, следовательно, высока вероятность восприятия данного обозначения потребителями в качестве фантазийного, что снижает роль смыслового критерия в пользу фонетического.

Графические отличия сравниваемых товарных знаков носят второстепенный характер, поскольку часть противопоставленных товарных знаков, как и оспариваемое обозначение, выполнены без какой-либо графической проработки, без изобразительных элементов, что делает необоснованным довод правообладателя об их разном общем зрительном впечатлении.

Таким образом, оспариваемый товарный знак «АПЕЙРОН APEIRON» и противопоставленные товарные знаки со словесным элементом «APEROL» являются сходными, несмотря на их отдельные отличия, поскольку ассоциируются в целом.

Оспариваемые товары *«аперитивы безалкогольные; воды [напитки]; квас [безалкогольный напиток]; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки*

безалкогольные; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; соки фруктовые; составы для изготовления газированной воды; составы для изготовления ликёров; составы для изготовления напитков; таблетки для изготовления газированных напитков; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции для изготовления напитков» 32 класса МКТУ и товары «аперитивы; бренди; джин; коктейли; ликёры; напитки алкогольные, кроме пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; настойки горькие; ром; сидры; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые» 33 класса МКТУ однородны товарам «сиропы, напитки безалкогольные», «минеральные и газированные воды и прочие безалкогольные напитки; морсы и фруктовые соки; сиропы и другие составы для приготовления напитков», «пиво¹» 32 класса МКТУ, товарам «ликёры, аперитивы, напитки алкогольные», «алкогольные напитки (кроме пива)» 33 класса МКТУ, в отношении которых охраняются противопоставленные товарные знаки лица, подавшего возражение, так как относятся к одним и тем же родовым группам товаров (безалкогольные напитки и алкогольные напитки), имеют общий круг потребителей, назначение, условия реализации.

Следует учитывать, что противопоставленные товарные знаки представляют собой серию знаков одного лица, объединённых элементом «APEROL», что усугубляет вероятность смешения оспариваемого и противопоставленных товарных знаков, зарегистрированных в отношении однородных товаров 32, 33 классов МКТУ.

Таким образом, установленное коллегией сходство сопоставляемых обозначений и однородность товаров 32, 33 классов МКТУ, для маркировки которых они предназначены, обуславливают вывод о сходстве оспариваемого

¹ Согласно статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликёрное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

товарного знака по свидетельству № 698270 и противопоставленных знаков по международным регистрациям №№ 516537, 1090485, 1028398 в отношении однородных товаров и несоответствии первого положения, предусмотренным подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Что касается доводов, приведенных в качестве обоснования несоответствия товарного знака по свидетельству № 698270 требованиям, предусмотренным пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, то коллегия отмечает следующее.

Как известно, обозначение может содержать описательные элементы, прямо указывающие на вид товара, его характеристики, сведения об изготовителе и т.д., и элементы, порождающие у потребителя представление об этих сведениях через ассоциации. Такие указания могут соответствовать действительности, то есть являться достоверными, а могут ей не соответствовать, то есть являться ложными или способными ввести в заблуждение.

Элементы обозначений, прямо указывающие на вид товара и/или его характеристики и/или содержащие сведения об изготовителе, не соответствующие действительности, называют ложными. Ложность элементов является очевидной. Она не требует обоснования. Элементы обозначений, указывающие на вид товара и/или его характеристики и/или содержащие сведения об изготовителе и т.д. через ассоциации, которые они вызывают у потребителя, относят к способным ввести в заблуждение. Способность элементов ввести в заблуждение не вполне очевидна. Она имеет вероятностный характер.

Анализ словарно-справочных источников в отношении словесного элемента «АПЕЙРОН APEIRON» (приведены выше) свидетельствует о том, что он не может характеризовать товары, их производителя или их происхождение и, следовательно, не содержит сведений, не соответствующих действительности.

Использование российскими предприятиями на сегодняшний день обозначений, выполненных в латинице, является распространенным и известным российскому потребителю фактом. В данном случае обозначение включает два элемента – выполненный в кириллице и в латинице. При этом оценке подвергается обозначение в том виде, как оно зарегистрировано.

В этой связи утверждение о том, что оспариваемое обозначение «АПЕЙРОН APEIRON» будет восприниматься потребителем как некое указание на место изготовителя товаров или будет приводить к возникновению ассоциаций с конкретным изготовителем, не может быть признано обоснованным.

Таким образом, само по себе спорное обозначение не является ложным относительно товара или его изготовителя.

Для того чтобы определить, является ли спорное обозначение способным ввести в заблуждение, следует установить, может ли оно вызвать у потребителя ассоциативное представление о товаре и/или его изготовителе, которое способно ввести потребителя в заблуждение, а также может ли поверить таким ассоциативным представлениям потребитель.

В связи с этим анализ представленных лицом, подавшим возражение, фактических данных показал следующее.

Согласно указаниям дистрибьюторского договора (12) и контрактов 04.03.2011, 13.03.2012 (13) ООО «КАМПАРИ РУС» (ранее ООО «ВАСКО (СНГ)», см. (11)) является дистрибьютором товаров, произведенных и поставляемых в Россию лицом, подавшим возражение.

Анализ таможенных деклараций (8) свидетельствует о ввозе на территорию Российской Федерации до даты приоритета оспариваемого товарного знака товаров «алкогольные напитки» под товарным знаком «APEROL». При этом отправителем товаров указана фирма DAVIDE CAMPARI - MILANO S.P.A., Италия, получателем – ООО «КАМПАРИ РУС». Сопоставление сведений договоров, контрактов, таможенных деклараций, указанных в них сертификатов приводит к выводу о том, что импортёром – ООО «КАМПАРИ РУС» осуществлялся ввоз алкогольных напитков, маркированных товарным знаком со словесным элементом «APEROL», произведённых в Италии.

Согласно письму ООО «КАМПАРИ РУС» (7), начиная с 2011 г. по 24.07.2018 объём ввезённой продукции, маркированной обозначением «APEROL», составил более 1,7 млн. бутылок, а начиная с 2014 г. по 24.07.2018 на территории России реализовано в сетевые магазины более 1,6 млн. бутылок указанной продукции.

Таким образом, факт производства лицом, подавшим возражение, продукции «APEROL» и её поставки на территорию Российской Федерации ранее даты подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака, подтверждены материалами, представленными 25.10.2021.

Вместе с тем доводы возражения о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара и места его происхождения не могут быть признаны доказанными по следующим причинам.

Судебная практика исходит из того, что для определения возможности введения среднего российского потребителя конкретных товаров в заблуждение ввиду того, что конкретное обозначение используется иным изготовителем, должно быть установлено, как минимум, что:

- этот изготовитель использует конкретное обозначение в Российской Федерации;

- это используемое обозначение среднему российскому потребителю, по крайней мере, известно (см. решения Суда по интеллектуальным правам по делам №№ СИП-96/2018, СИП-546/2014, СИП-547/2014, СИП-548/2014, СИП-383/2015, СИП-311/2015).

В данном случае лицо, подавшее возражение, использует в Российской Федерации обозначение (товарные знаки) «APEROL». Следовательно, оспариваемый товарный знак не воспроизводит обозначение, которое ранее даты приоритета оспариваемой регистрации использовалось лицом, подавшим возражение, а является сходным с ним (см. выше сравнительный анализ).

Однако, установленное выше сходство оспариваемого товарного знака и товарных знаков лица, подавшего возражение, само по себе не является основанием для вывода о возможности неверного представления потребителей относительно происхождения товара (в том числе, его изготовителя). Возникновение неверного представления потребителей основывается на их предшествующем опыте и действительных обстоятельствах, приводящих к возможности заблуждения, включая известность потребителям ранее используемого обозначения.

Противопоставленные товарные знаки не обладают статусом общеизвестных в Российской Федерации товарных знаков, а также статусом, связанным с происхождением их из конкретного географического региона, в связи с чем известность российским потребителям обозначения «APEROL» в таких качествах подлежит самостоятельному доказыванию.

Сведения о продукции, маркированной обозначением «APEROL», согласно имеющимся в распоряжении коллегии материалам, представлены для российского потребителя только информацией в сети Интернет.

При этом часть распечаток, представленных с возражением (4, 6), не содержит дат публикаций или указывает число и месяц без указания года публикации, либо относится к периоду, позднее 24.07.2018 (например, статьи от 12.11.2018, от 08.08.2018), что не позволяет отнести эти источники к доказательствам обстоятельств, на которые ссылается лицо, подавшее возражение.

Статья от 30.09.2011 (4) указывает на «самый популярный в Италии коктейль Aperol Spiritz», который является «международным хитом». Статья от 28.05.2018 (4) указывает на то, что «Апероль (итал. Aperol) – итальянский аперитив». Как видно, сведений об известности напитка для российских потребителей данные статьи не содержат. В двух публикациях имеется указание на страну происхождения товаров, однако, количество и качество этих источников не позволяют сформулировать вывод о возникновении у российских потребителей устойчивой связи упомянутого обозначения как средства маркировки напитков определённого географического происхождения.

Публикация сайта «Википедия» (5) касается различных коктейлей, в составе одного из которых значится «Апероль» без отсылки к его производителю или к стране его происхождения.

Распечатка из сети Интернет в отношении напитка «АПЕЙРОН APEIRON» (2) не содержит сведений, позволяющих соотнести представленную в ней информацию с напитком «APEROL» лица, подавшего возражение.

Учитывая изложенное, коллегия не может сделать вывод о возникновении у российских потребителей до даты приоритета оспариваемого товарного знака

ассоциативной связи обозначения «АПЕЙРОН APEIRON» с конкретной страной происхождения товаров или с конкретным изготовителем, в том числе в качестве имитации ранее известного потребителям обозначения (товарного знака).

Таким образом, коллегия не располагает доказательствами несоответствия оспариваемой регистрации положениям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 23.08.2021, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 698270 недействительным полностью.