

Палата по патентным спорам 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 №4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение от 20.09.2005, поданное ОАО «ВЛАДАЛКО», Российская Федерация, на решение экспертизы об отказе в регистрации товарного знака по заявке №2004714894/50 (далее – решение экспертизы), при этом установила следующее.

Обозначение по заявке №2004714894/50 с приоритетом от 05.07.2004 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя ОАО «ВЛАДАЛКО», г.Владимир (далее – лицо, подавшее возражение) в отношении товаров 33 класса МКТУ «алкогольные напитки (за исключением пива)».

В качестве товарного знака испрашивается предоставление правовой охраны словесному обозначению «ВЛАДИМИРСКИЙ ЦЕНТРАЛ», выполненному в две строки стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

Решение экспертизы от 21.06.2005 об отказе в регистрации товарного знака мотивировано несоответствием обозначения требованиям, установленным пунктом 3 статьи 6 Закона Российской Федерации от 23.09.1992 №3520-I «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», введенного в действие 17.10.1992, с изменениями и дополнениями, внесенными Федеральным законом от 27.12.2002 № 166-ФЗ (далее – Закон).

Данный вывод экспертизы обосновывается тем, что заявленное словосочетание воспроизводит название известного в Российской Федерации исправительно-трудового учреждения и его регистрация в качестве товарного знака противоречит общественным интересам. Помимо того, экспертизой было отмечено, что заявителем по заявке является ОАО «ВЛАДАЛКО», и в случае маркировки им алкогольной продукции в сознании потребителей может возникнуть ложное ассоциативное представление о производителе заявленных товаров 33 класса МКТУ и его местонахождении.

В Палату по патентным спорам поступило возражение от 20.09.2005 с дополнениями от 26.02.2006 и 15.08.2006, в котором лицо, подавшее возражение, выразило несогласие с доводами экспертизы, сославшись на следующее:

— обозначение «ВЛАДИМИРСКИЙ ЦЕНТРАЛ» не воспроизводит официальное название ни одного из учреждений УФСИН России по Владимирской области и никогда не было таковым. В этой связи оно не может восприниматься как указание на место производства алкогольной продукции и местонахождение изготовителя, поскольку обладает фантазийным характером в отношении заявленных товаров 33 класса МКТУ;

— невозможность возникновения ложных ассоциаций у потребителя обусловлена также тем, что действующим законодательством предписывается размещать всю информацию об изготовителе на потребительской таре, этикетке, контрэтикетке, кольеретке, ярлыке, пробке, листе-вкладыше. Кроме того, в соответствии с Федеральным законом №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» деятельность по производству алкогольной продукции подлежит лицензированию. Невозможно предположить, что исправительным учреждениям могут выдаваться подобные лицензии;

— обозначение «ВЛАДИМИРСКИЙ ЦЕНТРАЛ» не относится к «скандальным» обозначениям и не может восприниматься потребителем как противоречащее общественным интересам. «ВЛАДИМИРСКИЙ» – это прилагательное, образованное от географического наименования города Владимира, а существительное «ЦЕНТРАЛ», происходящее от слова «центр» (лат. средоточие), означает вышедшее в настоящее время из употребления историческое название каторжной тюрьмы;

— утверждение о противоречии словосочетания «ВЛАДИМИРСКИЙ ЦЕНТРАЛ» общественным интересам несправедливо по отношению к жизни многих безвинно пострадавших людей, поскольку с данным учреждением связаны судьбы многих видных представителей интеллигенции, вошедших в

историю, и в разное время бывших узниками известной тюрьмы во Владимире;

— результаты социально-психологического исследования восприятия и отношения потенциальных потребителей алкогольной продукции к словесному обозначению «ВЛАДИМИРСКИЙ ЦЕНТРАЛ» показывают, что абсолютное статистически достоверное большинство респондентов, а именно: 85,6 % утверждают, что словесное обозначение «ВЛАДИМИРСКИЙ ЦЕНТРАЛ» не оскорбляет их чувства, не противоречит общественным интересам, принципам гуманности и морали, убеждениям веры и религии;

— социально-психологическое заключение свидетельствует, что 89,5% респондентов связывают товарный знак «ВЛАДИМИРСКИЙ ЦЕНТРАЛ» с Владимирским регионом и ликеро-водочным заводом г.Владимира.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение экспертизы и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в объеме притязаний, указанных в первичных материалах заявки.

К возражению приложены копии следующих документов:

- протокол № 06/05 от 17.06.2005 Заседания Совета директоров ОАО «ВЛАДАЛКО»;
- ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые». М.: «ИПК Издательство стандартов», 2004;
- ГОСТ Р 52194-2003 «Водки и водки особые, изделия ликероводочные. Упаковка, маркировка, транспортировка и хранение». Официальное издание Госстандарта России. М.: «ИПК Издательство стандартов», 2004;
- социально-психологическое исследование восприятия и отношения потенциальных потребителей алкогольной продукции к словесному обозначению «ВЛАДИМИРСКИЙ ЦЕНТРАЛ», предназначенному для маркировки товаров 33 класса МКТУ, от 20.02.2006;
- письмо УФСИН России по Владимирской области от 28.09.2005, исх. №34/1-1870;

- свидетельство МНС РФ от 30.07.2002 о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц о юридическом лице, зарегистрированном до 01.07.2002, серия 33 № 000246029;
- лицензия МНС РФ № 58 от 15.04.2003 на осуществление производства, хранения и поставки произведенных спиртных напитков, выданная ОАО «ВЛАДАЛКО».

Изучив материалы дела и выслушав присутствующих, Палата по патентным спорам признала доводы возражения необидительными.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 11.12.2002 №166-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» и с учетом даты 05.07.2004 поступления заявки №2004714894/50 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения «ВЛАДИМИРСКИЙ ЦЕНТРАЛ» включает в себя указанный выше Закон и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003 №32, зарегистрированным Минюстом России 25.03.2003 №4322 (далее – Правила).

Согласно пункту 3 статьи 6 Закона не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, в том числе:

являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя;

противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Пунктом 2.5.1. Правил разъясняется, что к ложным или способным ввести в заблуждение потребителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В соответствии с условиями пункта 2.5.2. Правил к обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, относятся, в частности, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства, слова, написание которых нарушает правила орфографии русского языка, и т.п.

Обозначение по заявке №2004714894/50 представляет собой словосочетание «ВЛАДИМИРСКИЙ ЦЕНТРАЛ», выполненное в две строки заглавными буквами русского алфавита стандартным шрифтом.

Обращение к сети Интернет, в частности, к статье «Владимирский централ»<sup>1</sup>, позволило установить, что исследуемое обозначение воспроизводит название так называемого рабочего дома, построенного в 1773 году по указу императрицы Екатерины II и впоследствии ставшего самым известным пенитенциарным заведением России. Из имеющихся в распоряжении коллегии материалов усматривается, что данное словосочетание не относится к официальным названиям упомянутого учреждения, а представляет собой его разговорный вариант. Так, в отличие от городских катажек, тюрьмы типа Владимирской стали называть центральными или центрами (используются также названия «Орловский централ», «Александровский централ», «Ярославский централ», «Новобелгородский централ», «Новоборисоглебский централ»).

Большинству россиян данная тюрьма известна благодаря песне Михаила Круга «Владимирский централ». До этого она была знаменита своими узниками.

В настоящее время Владимирский централ значится как ОД-1/Т-2. УФСИН России по Владимирской области. В письме от 28.09.2005, исх. № 34/1-1870, подтверждается, что обозначение «Владимирский централ» не воспроизводит официальное название ни одного из существующих во Владимирской области исправительных учреждений.

---

<sup>1</sup> Марк Фурман. Владимирский централ. // «Родная газета» от 12.12.2005.

Таким образом, принимая во внимание популярность песни М.Круга, многочисленные публикации об узниках Владимирского централа и об истории этого учреждения, коллегия пришла к выводу, что обозначение «Владимирский централ» будет восприниматься российским потребителем в качестве названия тюрьмы.

При этом представленное на обозрение социально-психологическое исследование не опровергает данный вывод: большинство опрошенных связывают исследуемое обозначение с городом Владимиром (30,3%), другая существенная часть опрошенных – с песней М.Круга (22,9%). Используемая в опросе свободная форма ответа делает его ущербным, поскольку не позволяет оценить ассоциативную связь в полной мере. Так, знание исторических мест города Владимира или содержание песни М.Круга может свидетельствовать о наличии представления о тюрьме «Владимирский централ».

Исходя из того, что обозначение будет связываться с тюрьмой и нереальность производства исправительным учреждением алкогольной продукции делает довод экспертизы о ложности ассоциативного представления о производителе заявленных товаров и его местонахождении необоснованным.

Относительно противоречия заявленного обозначения общественным интересам необходимо отметить следующее.

Основной функцией товарного знака является индивидуализация товаров производителя, а его использование направлено непосредственно на продвижение продукции определенного лица на рынке, что сопровождается рекламой или иными способами популяризации товара. В результате таких действий использование обозначения «Владимирский централ» на алкогольной продукции коллегия расценивает как пропаганду «блатной» романтики, что не согласуется с принципом ответственности за совершенное преступление.

В части выводов о том, что товарный знак «Владимирский централ» не противоречит общественным интересам, представленный заявителем опрос не может быть принят во внимание, поскольку в нем отсутствует расшифровка термина «общественные интересы», не представляется возможным установить, что

вкладывают респонденты в понятие «товарный знак» и знание ими его функций. Вопросы 4 и 5 о знании производителя алкогольной продукции под названием «Владимирский централ» противоречат утверждению заявителя, что в настоящий момент продукция под данной маркой им не изготавливается.

Таким образом, порочность опроса не позволяет принять его как доказательство опровержения утверждений экспертизы и сведений из сети Интернет.

В этой связи Палата по патентным спорам не находит опровержений доводов решения экспертизы от 21.06.2005, что позволяет признать его правомерным.

В соответствии с вышеизложенным, Палата по патентным спорам решила: **отказать в удовлетворении возражения от 20.09.2005 и оставить в силе решение экспертизы от 21.06.2005.**