

Палата по патентным спорам в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 01.01.2008 Федеральным законом от 18.12.2006 № 231-ФЗ (далее – Кодекс), и в соответствии с Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 за № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003, регистрационный № 4520, рассмотрела возражение от 15.07.2010, поданное компанией ООО «АстраСофт Технологии», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 389688, при этом установлено следующее.

Регистрация оспариваемого товарного знака с приоритетом от 30.04.2009 по свидетельству № 389688 произведена 23.09.2010 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) на имя ООО «Центр эффективных технологий и информационных систем «ЦЭТИС», Москва (далее – правообладатель), в отношении товаров 33 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Оспариваемый товарный знак представляет собой словесное обозначение «ЗНАКОМСТВА», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 15.07.2010, выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 389688 произведена в нарушение требований подпунктов 1 и 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Лицо, подавшее возражение, полагает, что регистрация товарного знака по свидетельству № 389688 произведена в нарушение подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса ввиду следующего:

- знакомства — это множественное число существительного «знакомство», означающего отношения между людьми, знающими друг друга, или наличие знаний, сведений о чем-нибудь (Толковый словарь Ожегова);

- согласно современному толковому словарю русского языка Т.Ф. Ефремовой «знакомство — это 1) а) отношения между людьми, знающими друг друга, связанными общением; б) начало сближения, первая встреча; 2) ознакомление с чем-либо, приобретение каких-либо сведений, знаний»;

- существительное «знакомство» произошло от глагола «знакомиться» — 1) делаться знакомым с кем-нибудь; 2) получать сведения о чем-нибудь, делать что-нибудь известным, знакомым для себя (Толковый словарь русского языка Ушакова);

- обозначение «ЗНАКОМСТВА» ассоциируется с процессом познания чего-либо нового, будь то человек или информация;

- «ЗНАКОМСТВА» не имеют материальной формы, не являются товаром, потребителем воспринимается как процесс, поэтому регистрация подобного обозначения вводит потребителя в заблуждение относительно качеств товара;

- регистрация товарного знака по свидетельству № 389688 в отношении товаров 33 класса МКТУ (бренди; вина; виски; водка; джин; ром) противоречит подпункту 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, так как обозначение «ЗНАКОМСТВА» заведомо не отражающее товар, способно ввести в заблуждение потребителя относительно товара.

Довод о несоответствии регистрации оспариваемого товарного знака положениям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса лицо, подавшее возражение, обосновывает следующим:

- требования охраноспособности, касающиеся исключения из правовой охраны товарных знаков, противоречащих морали или публичному порядку, соответствуют статье 6-quinquies Парижской конвенции: «если знаки противоречат морали или публичному порядку и, в особенности, если они могут ввести в заблуждение общественность»;

- знакомства предполагают коммуникацию между людьми, первую встречу, получение информации, что никак не соотносится с крепкими алкогольными напитками, для которых зарегистрирован знак;

- исходя из социальных целей государства, среди которых укрепление здоровья, поддержание высокой работоспособности человека, борьба с алкоголизмом, повышение рождаемости и так далее, регистрация товарного знака «ЗНАКОМСТВА» по классу алкогольных напитков противоречит общественным интересам;

- в соответствии со статьей 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 1,5 % объема готовой продукции» виды деятельности, связанные с производством и оборотом этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, подлежат лицензированию, а правообладатель товарного знака «ЗНАКОМСТВА» не имеет таковой лицензии, поэтому использовать этот знак для индивидуализации производимого им алкоголя не может;

- алкогольная продукция является тем видом товаров, который поставлен законодательством под особый контроль;

- получается, что государство, с одной стороны, принимает законодательные акты, направленные на уменьшение потребления алкоголя населением (ограничение рекламы, пропаганда здорового образа жизни, предупреждение о вреде чрезмерного потребления), с другой стороны, регистрирует товарный знак «ЗНАКОМСТВА» по 33 классу МКТУ, тем самым содействуя практике начала общения, первой встречи людей с крепкими алкогольными напитками;

- о достоверности данных выводов свидетельствуют и принятые Роспатентом решения (отказано в регистрации словесного обозначения «ДОЛГОЖИТЕЛЬ» для товаров «пиво» 32 класса МКТУ, «алкогольные напитки» 33 класса МКТУ и услуг «обеспечение пивом, алкогольными напитками; реализация пива, алкогольных

напитков» 42 класса МКТУ, как противоречащего общественным интересам, так как «долгожитель» – человек, отличающийся долголетием, а алкогольные напитки и пиво оказывают разрушительное воздействие на здоровье человека, это противоречит общественным интересам и морали).

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, была выражена просьба о признании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 389688 недействительным для всех товаров 33 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Правообладатель, в установленном порядке ознакомленный с возражением от 15.07.2010, представил отзыв по его мотивам, доводы которого сводятся к следующему:

- знакомство – отношения между людьми, знающими друг друга, связанными общением и т.п. (Большой толковый словарь русского языка. Гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2009);

- словесное обозначение «ЗНАКОМСТВА» является семантически нейтральным в отношении указанных в свидетельстве № 389688 товаров, поскольку оно не указывает на вид, свойство, назначение товара, производителя товара, место производства товара, а потому его нельзя квалифицировать как ложное или способное вести в заблуждение потребителя относительно товара, либо его изготовителя;

- регистрация словесного товарного знака «ЗНАКОМСТВА» в отношении товаров 33 класса МКТУ не противоречит подпункту 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса;

- обозначение «ЗНАКОМСТВА» ввиду своей семантики, не может быть квалифицировано как противоречащее общественным интересам, принципам гуманности и морали;

- регистрация товарного знака по свидетельству № 389688 не противоречит подпункту 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса;

- за длительный период времени сложилась практика регистрации товарных знаков в отношении товаров 33 класса МКТУ (для товаров 33 класса МКТУ зарегистрированы товарные знаки «ВКУСНОЕ ЗНАКОМСТВО» по свидетельству № 203662, «LOVE PLANET ЗНАКОМСТВА И ОБЩЕНИЕ» по свидетельству № 355892, «ДРУЖБА» по свидетельству № 329859, «ДРУЖБА НАРОДОВ» по свидетельству № 235946, «ДРУЖНАЯ СЕМЬЯ» по свидетельству № 216552, «ПАРК КУЛЬТУРЫ» по свидетельству № 388174, «Увлечение» по свидетельству № 230170, «УПОЕНИЕ ЛЮБВИ» по свидетельству № 191723);

- вопросы лицензирования деятельности юридического лица-правообладателя товарного знака – это иная категория дел, и в Роспатенте она не рассматривается;

- существует такое понятие как «культура питья спиртных напитков», которое включает целую концепцию поведения человека;

- само понятие «культура питья спиртных напитков» носит позитивный характер, и ознакомится с этим понятием можно как в опубликованных печатных изданиях, так и в источниках, размещенных в сети Интернет (<http://drinkornot.ru/pit/kultura-pitiya.html>, http://www.livv.ru/pub60_30_1_1129.html).

С учетом изложенного правообладатель полагает, что регистрация товарного знака «ЗНАКОМСТВА» произведена в полном соответствии с действующим законодательством.

Изучив материалы дела, Палата по патентным спорам считает доводы возражения неубедительными.

Правовая база для оценки охраноспособности товарного знака по свидетельству № 389688 включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные Приказом Роспатента № 32 от 05.03.2003, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный № 4322 (далее — Правила).

В соответствии с пунктом 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 относительного товара либо его изготовителя, а также противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Исходя из положений пункта 2.5.1 Правил, обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов. 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.

Согласно пункту 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.

Оспариваемый товарный знак представляет собой словесное обозначение «ЗНАКОМСТВА», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита.

Анализ словарно-справочной литературы показал следующее.

1. Толковый словарь русского языка. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова (опубликован в сети Интернет):

ЗНАКОМСТВО, -а, ср. 1) см. знакомить, -ся; 2) с кем. Отношения между людьми, знающими друг друга (*Завязать знакомство. Прекратить знакомство. Оказать услугу по знакомству*). 3) Круг знакомых (*Большие знакомства*). 4) с чем. Наличие знаний, сведений о чем-нибудь (*Хорошее знакомство с литературой*).

2. Толковый словарь русского языка Ушакова (опубликован в сети Интернет):

ЗНАКОМСТВО, знакомства, ср. (книж.). 1) только ед., с кем-чем и без доп. Отношение между людьми, связанными тем или иным образом в быту, лично знающих друг друга, встречающихся друг с другом (*Завязать знакомство. Состоять в знакомстве. Возобновить старое знакомство. Шапочное знакомство*). 2) (ед. или мн. в том же знач.) без доп. Круг знакомых, знакомые люди (*Я растерял все свои знакомства. У него большое знакомство*). 3) только ед., с чем. Наличие знаний о чем-нибудь (*Знакомство с французской литературой*).

Указанная выше информация свидетельствует о том, что оспариваемый товарный знак «ЗНАКОМСТВА», представляющий собой форму множественного числа от существительного «знакомство» без каких-либо дополнительных слов, то есть в данном случае употребляется в значении «круг знакомых, знакомые люди».

Таким образом, обозначение «ЗНАКОМСТВА» при его восприятии вызывает образы и ассоциации, связанные с неким обществом, группой людей, и не несет какой-либо нагрузки, прямо или косвенно указывающей на определенный товар, качество товаров, индивидуализируемых оспариваемым знаком.

Товарный знак «ЗНАКОМСТВА», ввиду своего лексического значения, не способен также породить в сознании потребителей какие-либо представления об изготовителе или месте происхождения товаров, указанных в перечне свидетельства.

Довод лица, подавшего возражение, о том, что слово «ЗНАКОМСТВА» «ассоциируется с неким процессом познания, не имеет материальной формы, заведомо не отражает товар, а потому вводит потребителей в заблуждение относительно товара», не является убедительным, поскольку оспариваемый товарный знак не содержит каких-либо указаний, которые могут быть восприняты как обозначение товара или его характеристики, не соответствующее действительности.

Изложенное приводит к выводу о том, что товарный знак по свидетельству № 389688 является семантически нейтральным по отношению к товарам, указанным

в перечне свидетельства, и, следовательно, его регистрация соответствует требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса

В отношении доводов возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса коллегия Палаты по патентным спорам отмечает следующее.

Анализ семантического значения оспариваемого товарного знака свидетельствует о том, что само по себе слово «ЗНАКОМСТВА» не противоречит нормам морали или общественным интересам, поскольку не имеет непристойного содержания, не содержит призывов антигуманного характера, не оскорбляет человеческое достоинство и религиозные чувства. Указанное в возражении от 15.07.2010 мнение о том, что регистрация товарного знака «ЗНАКОМСТВА» в отношении товаров 33 класса МКТУ «содействует практике начала общения, первой встречи людей с алкогольными напитками», основано на рассуждениях лица, подавшего возражение, о возможных ассоциативных образах, порождаемых словесным элементом «ЗНАКОМСТВА», носит субъективный характер и, по мнению коллегии, не соответствует смысловому значению слова «ЗНАКОМСТВА».

Доказательств того, что действия по использованию оспариваемого товарного знака повлекли возмущение членов общества на основе общепринятых норм морали, вызвали неприятные ассоциации или носили бы оскорбительный характер, лицом, подавшим возражение, представлено не было.

Ссылки сторон на решения Роспатента, касающиеся иных товарных знаков, не могут быть исследованы в рамках настоящего спора, поскольку делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно.

Таким образом, коллегия Палаты по патентным спорам считает, что довод о несоответствии регистрации товарного знака «ЗНАКОМСТВА» требованиям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса материалами возражения не доказан.

Что касается довода, указанного в возражении от 15.07.2010, касающегося отсутствия у правообладателя лицензии на осуществление деятельности, связанной с производством и оборотом этилового спирта, алкогольной и алкогольсодержащей

продукции, коллегия Палаты по патентным спорам считает необходимым указать, что данное утверждение не может служить аргументом в рамках рассматриваемого возражения.

Приведенный выше анализ свидетельствует о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству № 389688 предоставлена в соответствии с требованиями подпунктов 1 и 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Учитывая изложенное, Палата по патентным спорам решила:

отказать в удовлетворении возражения от 15.07.2010 и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 389688.