


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, рассмотрела возражение, поступившее 23.05.2017, поданное компанией «Шампань Луи Рёдерер», Франция (далее - лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 590298, при этом установила следующее.

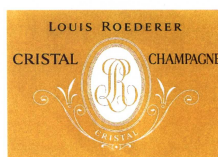
CRISTALINO

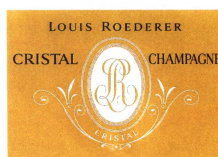


Оспариваемый товарный знак «» по заявке № 2015703785, поданной 13.02.2015, зарегистрирован 10.10.2016 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации за № 590298 на имя ООО «НОРДЭКС», Россия (далее – правообладатель), в отношении товаров 33 класса МКТУ: «вина; вино из виноградных выжимок; игристое виноградное вино, насыщенное углекислым газом». Срок действия регистрации – до 13.02.2025.

В поступившем 23.05.2017 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, его подавшего, о том, что регистрация № 590298 товарного знака произведена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с товарными



знаками по свидетельствам № 528701 («») и № 528702 () , ранее зарегистрированными на имя лица, подавшего возражение, в отношении однородных товаров 33 класса МКТУ «вина, охраняемые наименованием места происхождения «Шампань»;

- сравниваемые этикетки характеризуются прямоугольной формой и включают доминирующие словесные элементы «CRISTALINO» и «CRISTAL», которые являются сходными до степени смешения;

- использование заявленной этикетки с доминирующим элементом "CRISTALINO" уже начато, и в процессе реального использования заявленное обозначение применяется с некоторыми изменениями, в частности, этикетка имеет



золотистый фон, характерный для шампанского «CRISTAL» ();

- в оспариваемом знаке доминирует единственный словесный элемент "CRISTALINO" по причине его особого смыслового и пространственного расположения. Противопоставленный товарный знак № 528701 включает словесные элементы "Louis Roederer" (оригинальная часть фирменного наименования), неохраемое слово "Champagne" (указание на вид и происхождение товаров, т.е. "вин, охраняемых наименованием места происхождения "Шампань"), и, наконец, дважды повторяемый словесный элемент "CRISTAL", представляющий собой всемирно известную марку шампанского;

- товарные знаки французской компании характеризуются очень высокой различительной способностью. продукт впервые был изготовлен в 1876 году для императора Александра II и с тех пор начал импортироваться в Россию. Louis Roederer стал поставлять свой напиток в хрустальных бутылках с царской символикой. Шампанское с тех пор стало называться "CRISTAL" в силу созвучия со словом "хрусталь" (crystal);

- при столкновении с сопоставляемыми этикетками (бутылке (знак № 528702) содержит этикетку (знак № 528701)) и озвучивании сделанного выбора потребитель с большой долей вероятности укажет на то, что его заинтересовал продукт "CRISTALINO" и/или "CRISTAL", поскольку именно эти элементы доминируют в товарных знаках в силу своего пространственного и смыслового положения;

- также среднестатистическому российскому потребителю гораздо проще прочесть на этикетке и попросить у продавца просто "CRISTAL", нежели "Louis Roederer CRISTAL Champagne"

- изобразительные элементы, использованные в составе сравниваемых этикеток, не отличаются большой оригинальностью. Обе этикетки содержат растительный орнамент на тему виноградной лозы или гроздьев винограда;

- таким образом, противопоставленные товарные знаки ("CRISTAL") и оспариваемый товарный знак ("CRISTALINO") ассоциируются друг с другом в целом по причине очень высокой степени сходства их доминирующих элементов (в возражении приведен подробный анализ фонетического и семантического критериев сходства, а также упомянуто вхождение слова CRISTAL в слово CRISTALINO);

- сравниваемые товары 33 класса относятся к одной родовой группе игристых вин, получаемых из винограда, т.е. имеют высокую степень однородности.

Далее в возражении указано на то, что на территории России действует правовая охрана словесного товарного знака "CRISTAL" по свидетельству № 306563 в отношении однородного товара 33 класса МКТУ "вина". Правообладатель данной регистрации - Федеральное казенное предприятие "Союзплодоимпорт" - связан соглашением о совместном сосуществовании с лицом, подавшим возражение. Соответственно, предоставление правовой охраны заявленному обозначению с доминирующим словесным элементом "CRISTALINO" приведет не только к ущемлению исключительных прав Шампань Луи Рёдерер, но также затронет права и законные интересы ФКП "Союзплодоимпорт".

Лицом, подавшим возражение, приведен анализ судебной практики (знаки «Livia»/«Nivea»).

CRISTALINO




Кроме того, указано на то, что оспариваемый знак «» представляет



CRISTALINO



собой вариант другого товарного знака ООО "НОРДЭКС" () по свидетельству № 524860 (отличается лишь отсутствием логотипа на русском языке со словесными элементами "орден виноделов" в верхней части этикетки). Предоставление правовой охраны товарному знаку № 524860 признано недействительным на основании решения Суда по интеллектуальным правам от 21 апреля 2017 г. по делу № СИП-427/2016, в том числе по причине несоответствия данной регистрации требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса ввиду сходства до степени смешения между товарными знаками № №№ 528701, 528702 ("CRISTAL") и № 524860 ("CRISTALINO"). Позиция Суда по интеллектуальным правам подлежит безусловному учету при оценке охраноспособности спорной регистрации.

Далее в возражении приведены подробные доводы относительно несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса (указаны также положения статьи 10bis Парижской Конвенции по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года, в развитие которых установлены требования пункта 3 статьи 1483 Кодекса). В частности, отмечено следующее:

- ООО "Нордэкс" ввозит в Россию игристые вина под маркой "CRISTALINO", произведенные испанской компанией «J.Garcia Carrion» либо еще ее правопреемником Jaume Serra;

- между компаниями «Champagne Louis Roederer и испанским производителем игристого вина "CRISTALINO" - Jaume Serra, он же J.Garcia Carrion - долгие годы велись судебные тяжбы по поводу правомерности использования обозначения, сходного до степени смешения со всемирно известным брендом шампанского вина "CRISTAL". Зарубежные судебные споры разрешились в пользу французской компании. В ранее упомянутом решении Суда по интеллектуальным правам от 21 апреля 2017 г. по делу № СИП-427/2016 предоставление правовой охраны признано

недействительным, в том числе по причине его несоответствия требованиям пункта 3 и 6 статьи Кодекса.

Также, в возражении приведены подробные доводы относительно размывания различительной способности противопоставленных знаков и ущерба репутации французской компании (в частности, обозначены сведения о высочайшем качестве каждой бутылки французского шампанского, длительности его производства и т.д.).

Кроме того, указано, что для алкогольной отрасли, в принципе, характерна практика производства "вторых вин", когда лучший отборный виноград идет на производство первых вин (*grand vin*), а оставшееся сырье хорошего качества - на производство вторых (*second vin*). Второе вино, как правило, менее концентрированное, но отвечает стилю определенного винодельческого хозяйства и употребляется более молодым. Наименование, выбираемое для второго вина, очень часто является уменьшительным по отношению к основному вину (*Chateau Latour - Les Forts de Latour*, *Chateau Mouton-Rothschild - Le Petit Mouton-Rothschild* и т.д.). Словесный элемент "CRISTALINO" является уменьшительной производной формой от слова "CRISTAL" и воспринимается именно в этом значении в ситуации, когда производители вина используют уменьшительные производные, чтобы дать потребителю понять, что перед ними более дешевая версия основного известного продукта.

Таким образом, использование оспариваемого знака для маркировки игристых вин может привести покупателей к ошибочному выводу о том, что данное вино производит та же компания, которая выпускает известное шампанское "CRISTAL".

Далее обозначено, что в ходе рассмотрения спора по делу № СИП-427/2017 было установлено, что у относительного большинства потребителей (43,7%) словесное обозначение «CRISTAL» ассоциируется с шампанским. Хотя предметом социологического исследования являлся товарный знак "CRISTALINO" по свидетельству № 524860, лицо, подавшее возражение, считает, что полученные результаты, подтверждающие смешение знаков и возможность введения в заблуждение потребителей, имеют важное значение для оценки охраноспособности незначительно отличающегося от регистрации № 524860 товарного знака № 590298.

В обосновании изложенных доводов к возражению приложены следующие материалы:

- распечатки сведений о регистрациях с элементом "CRISTALINO": № 590298, № 524860 (1);

- распечатки сведений о регистрациях с элементом "CRISTAL": № 528701, № 528702 (2);

- фотоснимки продукции, маркированной знаком "CRISTALINO" (3);

- распечатки словарных сведений: о значении слова "CRISTAL", о суффиксе «-ino» (4);

- распечатки из сети Интернет с информацией об истории возникновения шампанского "CRISTAL", о компании «Champagne Louis Roederer» и т.д. (<http://www.louis-roederer.com/ru/news>) (5);

- информация о поставках вина в Россию (6);

- заключение по результатам социологического опроса (№ 182-2015 от 22.09.2015) (7);

- распечатки сайтов о компании ООО "Нордэкс": <http://www.ordenvinodelov.ru/page/about>, <http://www.ordenvinodelov.ru/catalog> (8);

- материалы, связанные с упоминанием шампанского "CRISTAL" в прессе, книгах, фильмах, телешоу (9);

- решение Суда по интеллектуальным правам от 21 апреля 2017 г. по делу №СИП-427/2016 (10);

- распечатка сведений о регистрации № 306563 (11);

- список решений, вынесенных судами иностранных юрисдикций по спорам между Champagne Louis Roederer и J. Garcia Carrion с приложением копий некоторых решений и их частичных переводов (12).

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 590298 недействительным полностью.

Правообладатель товарного знака по свидетельству № 590298, в установленном порядке ознакомленный с материалами возражения, 18.07.2017 представил отзыв по мотивам возражения, доводы которого сводятся к следующему:

- доводы лица, подавшего возражение, касающиеся требований пункта 6 статьи 1483 Кодекса, несостоятельны, поскольку базируются исключительно на выводе о сходстве до степени смешения их словесных элементов «CRISTAL» и «CRISTALINO», без учета остальных охраняемых и неохраняемых элементов и общего впечатления, формируемого сравниваемыми обозначениями, что не соответствует законодательным нормам;

- в отзыве приведен подробный анализ несходства сравниваемых знаков – отмечено семантическое различие («CRISTAL» - «кристалл, хрусталь, кристаллическая сода, чистая вода, чистый снег», «CRISTALINO» - фантазийное слово). При этом противопоставленные товарные знаки кроме словесного элемента «CRISTAL» содержат дополнительные словесные элементы, все вместе воспринимаемые потребителем как логически связанное словосочетание «CRISTAL LOUIS ROEDERER CHAMPAGNE», имеющее большую различительную способность, чем словесный элемент «CRISTAL»;

- на территории Российской Федерации предоставлена правовая охрана большому количеству товарных знаков со словами «KRISTAL», «CRISTAL», «КРИСТАЛЛ» (см. товарные знаки №№ 49140, 263741, 263742, 301680, 439986 и т.д., указано 14 знаков), которые зарегистрированы в отношении однородных товаров 33 класса МКТУ на разных лиц;

- повторение в противопоставленных товарных знаках словесного элемента «CRISTAL» не свидетельствует о его доминирующем характере, поскольку на этикетке словесный элемент «CRISTAL» повторяется как часть вензеля, выполнен более мелким шрифтом белого цвета, в связи с чем не акцентирует на себе внимание потребителя и замечен только при более внимательном рассмотрении;

- словесные элементы «CRISTALINO» и «CRISTAL» также обладают рядом отличий, обусловленных различным количеством букв, слогов, звуков и ударения. В более длинном слове «CRISTALINO» ударение падает на третий слог, в силу чего

его ударная часть «-LINO» оказывает определенное влияние на разницу в произношении сравниваемых слов, фонетически заостряя внимание на качественно ином звучании слова «CRISTALINO» и, следовательно, способствует формированию звукового отличия от словесного элемента «CRISTAL»;

- суффикс «-INO» является традиционной и характерной для слов, именно испанского языка, что порождает в сознании потребителя косвенные ассоциации с испанским происхождением товаров. Слова с окончанием «ino» встречаются также в итальянском, португальском, мексиканском, бразильском языках, но никак не во французском языке, что исключает ассоциации с французскими винами и, следовательно, смешение испанского слова «CRISTALINO» со словом «CRISTAL»;

- в свою очередь, слово «CHAMPAGNE» и фирменное наименование «Louis Roederer», входящие в состав противопоставленного товарного знака, также фокусируют внимание потребителя и влияют на запоминание знака в целом, поскольку указывают на конкретный вид товара, место его происхождения и изготовителя, вызывая ассоциации с французским шампанским;

- оспариваемый и противопоставленные товарные знаки производят различное общее зрительное впечатление и не ассоциируются друг с другом в целом;

- довод о том, что сравниваемые этикетки характеризуются одинаковой формой (прямоугольной с горизонтальной ориентацией), не свидетельствует об их сходстве, поскольку указанная форма обусловлена функциональным назначением и используется практически всеми производителями алкогольной продукции;

- довод о том, что в реальном использовании оспариваемый знак имеет золотистый фон, несостоятелен, поскольку в возражении представлено изображение этикетки, которое не соответствует реально используемой, имеющей в действительности жемчужно-бежевый фон, а также содержащей, кроме словесного элемента CRISTALINO, еще и словесные элементы Jaime Serra. Таким образом, реально используемая этикетка характеризуется значительными отличиями от противопоставленных товарных знаков, чем оспариваемый знак;

- несмотря на то, что сравниваемые товарные знаки охраняются в отношении одного вида товаров - игристые вина, у покупателей товаров 33 класса МКТУ,

маркированных оспариваемым товарным знаком, вряд ли возникнет представление об их происхождении из того же коммерческого источника, что и продукция лица, подавшего возражение, что обусловлено: различной ценовой категорией напитков, маркируемых оспариваемым и противопоставленными знаками (18 000-1400000 руб. и 400-600 руб. за 1 бутылку).

Далее в отзыве изложены подробные аргументы относительно положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В частности отмечено, что оспариваемый товарный знак сам по себе не содержит ложных или способных ввести в заблуждение потребителя сведений, поскольку его элементы не содержат сведений о товарах, в отношении которых он зарегистрирован, равно как и об их производителе.

Правообладателем заключен контракт на поставку вина, маркируемого обозначением «CRISTALINO», с испанской компанией J.Garcia Carrion S.A. (Х.Гарсиа Каррьон С.А.), согласно которому он выступает в качестве заказчика, в связи с чем у оспариваемого товарного знака отсутствует способность вводить потребителя в заблуждение относительно места происхождения товара и его изготовителя.

Лицом, подавшим возражение, не представлено доказательств наличия ассоциативной связи оспариваемого товарного знака с компанией «Champagne Louis Roederer». При исследовании возможности введения потребителя в заблуждение оценивается возможность ассоциирования оспариваемого товарного знака с изготовителем продукции, маркированной указанным обозначением.

Из прилагаемых материалов, а также материалов, представленных лицом, подавшим возражение, следует, что при маркировке товаров оспариваемым товарным знаком на этикетке указывалось также наименование товара («cava»). В свою очередь, в противопоставленных товарных знаках также присутствует наименование товара («champagne»). Наименования «champagne» и «cava» относятся к игристым винам, однако название испанских игристых вин «cava» подчеркивает тот факт, что это не имитация французского шампанского, а

особенный тип каталонского игристого вина, произведенного в определенном регионе и с использованием определенных сортов винограда.

Далее в отзыве отмечено, что довод возражения о том, что «возникающее смешение на рынке приводит к размыванию всемирно известного бренда шампанских вин, имеющего высочайшую репутацию в мире» является несостоятельным в силу недоказанности фактов известности и высокой степени различительной способности для населения Российской Федерации (приведены подробные аргументы).

Также, правообладателем проанализирован представленный социологический опрос и указано, что он не может однозначно свидетельствовать о сходстве сравниваемых товарных знаков до степени смешения, поскольку содержит наводящие вопросы.

Ссылки лица, подавшего возражение, на судебные акты иностранных судов не имеют отношения к настоящему спору, поскольку из представленных материалов не следует, что судами проводился анализ на предмет сходства до степени смешения в отношении комбинированных обозначений, зарегистрированных в качестве товарных знаков по свидетельствам №№ 590298, 528701, 528702, и являющихся предметом настоящего спора (приведен анализ актов). Кроме того, указано, что поскольку Роспатент и ООО «Нордэкс» не являлись участниками указанных судебных споров, установленные иностранными судебными актами обстоятельства не носят преюдициального характера для рассмотрения настоящего дела.

Что касается решения Суда по интеллектуальным правам от 26 апреля 2017 г. по делу № СИП-427/2016 Судом по интеллектуальным правам были неправильно применены нормы материального права, нарушены нормы процессуального права, а также сделаны выводы, не соответствующие фактическим обстоятельствам и имеющимся в деле доказательствам. В связи с этим в Президиум Суда по интеллектуальным правам были направлены кассационные жалобы.

Кроме того, в отзыве приведены доводы относительно того, что отсутствуют основания полагать, что при подаче заявки на регистрацию оспариваемого

товарного знака правообладатель хотел воспользоваться репутацией лица, подавшего возражение.

Компания J. García Carrion (Х Гарсиа Каррьон С.А.), у которой правообладатель оспариваемого товарного знака размещает заказы на производство вина, ведет отсчет своего существования с 1890 года, когда прадед нынешнего владельца компании, Хосе Гарсиа Каррьон построил винодельню, чтобы экспортировать вино во Францию. За последние 126 лет компания превратилась в лидера на рынке вина и соков в Испании. Кроме того, игристое вино «CRISTALINO JAUME SERRA Cava» обладает высоким качеством и пользуется популярностью у российского потребителя, что подтверждается отзывами покупателей и прилагаемыми документами. ООО «НОРДЭКС» известен как импортер винной продукции с 1998 г, известного производителя винной продукции - компании J. García Carrion S.A.

Что касается ссылки французской компании на то, что на территории многих стран она ведет многолетние споры с реальным производителем вина «CRISTALINO», испанской компанией «J.García Carrion», то указанные ссылки свидетельствуют о неоднозначности позиции сторон и дискуссионном характере сходства сравниваемых обозначений в разных странах. Кроме того, эти споры не могут иметь преюдициального характера для данного дела, поскольку сторонами этих споров являются другие лица, споры касаются других товарных знаков, а решения принимаются в рамках юрисдикции соответствующих стран.

В подтверждение изложенных доводов к отзыву приложены следующие материалы:

- материалы заявок №№ 2012731566, 2012731567, 2015703785 (13);
- распечатка из сети Интернет об использовании суффикса «INO» в испанском языке (14);
- распечатки информационных сайтов из сети Интернет (15);
- копии страниц Приложений к возражению (16);
- распечатки судебных актов (17);
- копии материалов контракта и договоров поставки (18);

- копия декларации таможенной стоимости (19);
- копия заявления об изменении адреса (20).

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить правовую охрану оспариваемого товарного знака в силе.

Изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (13.02.2015) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный Кодекс (в редакции, действовавшей на дату приоритета) 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 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.

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 требованиями 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, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана или не признана отозванной; 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 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.

Комбинированные обозначения в соответствии с пунктом 14.4.2.4 Правил 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 и 14.4.2.3 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), и смысловым (семантическим) и определяется по признакам, изложенным в подпунктах (а), (б), (в) и (г) пункта 14.4.2.2 Правил.


Сходство изобразительных обозначений определяется на основании следующих признаков: внешняя форма; наличие или отсутствие симметрии; смысловое значение; вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и т.д.); сочетание цветов и тонов.

В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров учитывается 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.

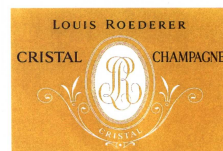
Анализ материалов дела показал следующее.

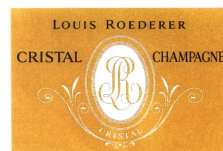

CRISTALINO



Оспариваемый товарный знак «» является комбинированным и представляет собой горизонтально-ориентированную этикетку, в центре которой

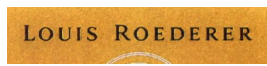
размещен словесный элемент «CRISTALINO», выполненный заглавными буквами латинского алфавита. Под словесным элементом, подчеркнутым линией с точкой по середине, выполнен орнамент в виде виноградной лозы с гроздьями винограда. Правовая охрана предоставлена знаку в отношении товаров 33 класса МКТУ «вина; вино из виноградных выжимок; игристое виноградное вино, насыщенное углекислым газом».



Противопоставлены два товарных знака: «  » [1] и «  » [2], первый из которых представляет собой, а второй содержит горизонтально-ориентированную этикетку, содержащую словесные элементы «CRISTAL», «LOUIS ROEDERER», «CHAMPAGNE», выполненные заглавными буквами латинского алфавита (в словах LOUIS ROEDERER первые буквы выполнены шрифтом большего размера). В центре этикетки размещен изобразительный элемент в виде медальона с вписанными буквами «L» и «R», под которым размещены слово «CRISTAL» и вензельный орнамент. Правовая охрана предоставлена знакам в цветовом сочетании: «белый, золотой, темно-бордовый» в отношении товаров 33 класса МКТУ: «вина, охраняемые наименованием места происхождения «Шампань». В знаках имеются неохранные элементы: знак [1] – слово «Champagne», знак [2] - слово «Champagne» и форма бутылки.

Сравнительный анализ оспариваемого и противопоставленных [1-2] товарных знаков показал следующее.

В оспариваемом комбинированном товарном знаке имеется словесный элемент «CRISTALINO», который несет основную индивидуализирующую нагрузку в данном знаке, поскольку является единственным словесным элементом, выполнен крупным шрифтом, размещен в центре этикетки и акцентирует на себе внимание.

В противопоставленных товарных знаках [1-2] имеется словесный элемент «CRISTAL». Необходимо указать, что словесный элемент «CHAMPAGNE» не имеет самостоятельной правовой охраны, а характер исполнения элемента «LOUIS ROEDERER» (оба слова выполнены с большой буквы – ) позволяет

воспринимать данное словосочетание в первую очередь как имя собственное. Таким образом, основную индивидуализирующую нагрузку в рассматриваемой этикетке несет словесный элемент «CRISTAL», при этом выполненный более крупным шрифтом по сравнению с другим охраняемым словесным элементом и акцентирующий на себе внимание.

Кроме того, следует обратить внимание, что данное слово размещено на

этикетке дважды ( , ), а на бутылке трижды ().

Повторяемость данного элемента усиливает его индивидуализирующую нагрузку. При этом слово «CRISTAL» является самым доступным и удобным для прочтения российскими потребителями, в силу чего служит смысловой доминантой противопоставленных знаков [1-2].

Коллегия отмечает, что сопоставление основных элементов сравниваемых знаков показало фонетическое вхождение одного обозначения в другое. При этом, слово «CRISTALINO» само по себе достаточно длинное, вследствие чего основное запоминание подобных обозначений потребителем происходит за счет начальной части слова, а внимание к окончанию слова снижено. Изложенное позволяет признать сравниваемые обозначения фонетически сходными.

Анализ словарных источников (см. <https://translate.academic.ru/>) позволил выявить, что слово «CRISTAL» является лексической единицей французского, испанского, итальянского и португальского языков и означает «кристалл, хрусталь, стекло», в английском языке данное слово также переводится как «кристалл». Слово «CRISTALINO» с испанского и португальского языков переводится как «кристальный, хрустальный, стеклянный». Таким образом, имеет место подобие заложенных в сравниваемых обозначениях понятий и идей, и, как следствие, их семантическое сходство.

Следует отметить, что довод правообладателя о том, что во французском языке (родине рассматриваемого шампанского) отсутствует слово «CRISTALINO», а суффикс «-ino» не характерен для французского языка, в связи с чем исключены ассоциации с французскими винами и смешение слов «CRISTALINO» и «CRISTAL», не может быть признан убедительным. Действительно, подобное словообразование

не характерно для французского языка, однако коллегия отмечает, что средний российский потребитель в силу достаточно незначительного уровня знания как французского, так и испанского языков, не знакомый с правилами словообразования в данных языках, будет прочитывать слова в зависимости от имеющихся в памяти ассоциаций и удобства произношения. При этом слово «CRISTAL» хорошо известно среднему российскому потребителю и созвучно русскому переводу данного слова «кристалл».

Графический фактор сходства в рассматриваемом случае носит второстепенный характер, поскольку использование в сравниваемых обозначениях одного и того же алфавита, тождественное начертание большинства букв не приносят в восприятие обозначений ничего, что могло бы повлиять на их принципиальное различие с точки зрения выполнения индивидуализирующей функции. Наличие в противопоставленных знаках [1-2] разных изобразительных элементов оказывает влияние на зрительное восприятие, однако не может повлиять на вывод о сходстве сравниваемых обозначений в целом ввиду сходства их индивидуализирующих элементов.

Таким образом, сравниваемые знаки ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на отдельные их отличия, т.е. являются сходными.

Коллегией было принято во внимание Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 18 июля 2006 г. N 3691/06 (далее – Постановление Президиума ВАС), согласно которому для признания сходства товарных знаков достаточно уже самой опасности, а не реального смешения товарных знаков в глазах потребителя.

Относительно товаров, в отношении которых действуют права на сопоставляемые товарные знаки, необходимо отметить следующее.

Правовая охрана оспариваемому товарному знаку [1] предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ «вина; вино из виноградных выжимок; игристое виноградное вино, насыщенное углекислым газом».

В перечне противопоставленных товарных знаков представлены товары 33 класса МКТУ: «вина, охраняемые наименованием места происхождения «Шампань»».


Сопоставляемые товары относятся к одному роду (вина) и одному виду (игристые вина) товаров, а также имеют одинаковые условия реализации (магазины алкогольной продукции) и круг потребителей (лица, желающие приобрести алкогольную продукцию), что позволяет признать данные товары однородными.

Маркировка однородных/идентичных товаров сходными знаками обуславливает возможность возникновения у потребителя представления об их принадлежности одному лицу.

Следует согласиться с доводами правообладателя, что сопоставляемые игристые вина имеют разную ценовую категорию. Вместе с тем, данное различие не исключает возможность смешения сравниваемых знаков на рынке, поскольку игристое вино «CRISTALINO» (менее дорогостоящий продукт) может быть воспринято как продолжение ассортиментного ряда шампанского «CRISTAL» (более дорогостоящий продукт), т.е. как доступный аналог дорогостоящего элитного напитка.

Таким образом, установленное сходство оспариваемого товарного знака с противопоставленными товарными знаками [1-2] и однородность товаров 33 класса МКТУ позволяют сделать вывод о сходстве до степени смешения сравниваемых знаков в целом. В связи с этим доводы возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерными.

Что касается основания оспаривания по пункту 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.

Анализ представленных лицом, подавшим возражение, материалов (1-12) показал, что данное лицо является производителем широко известной продукции – шампанского, маркированного обозначением «CRISTAL». При этом цветовое решение при реальном использовании обозначения «CRISTALINO» ()



приближено к золотой цветовой гамме товарных знаков [1-2] ().

Коллегией была принята во внимание репутация продукции «CRISTAL», как одной из самых дорогих и известных марок шампанских вин в мире.

Компания, благодаря которой шампанское «Crystal» стало известно всему миру, была основана в конце 18 века. Спустя столетие ее переименовали в честь нового хозяина Луи Редерера. Вкус шипучего шедевра составляют только два самых лучших сорта винограда, а выдержка достигла шести с половиной лет. Немногим довелось попробовать шампанское «Crystal». Отзывы счастливых клиентов сводятся к тому, что говорить об этом напитке не стоит. Его нужно пробовать. Правда, для этого надо быть довольно состоятельным человеком. Ведь цена за одну бутылку превышает 1000 евро. Все зависит от года выпуска. Знаменитая компания выпускает свою продукцию уже более ста лет. За эти годы «Cristal» стало известно миру в нескольких интерпретациях. Виды шампанского этой марки немногочисленны. Их только три: «Jeroboam», «Crystal» и «Rose». Все они, естественно, производятся из винограда сорта «Пино нуар», «Шардоне» и «Пино менье», выращенных на знаменитых плантациях провинции Шампань.

При этом следует отметить, что правовая охрана оспариваемому знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ, относящихся к винам и игристым винам, т.е. товаров, характерных для той области деятельности, в которой приобрела известность указанная выше компания.

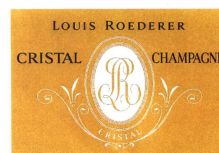
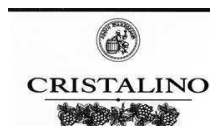
Учитывая известность обозначения «CRISTAL» в отношении товаров, относящихся к игристым винам, коллегия усматривает возможность ассоциирования оспариваемого товарного знака с противопоставленными товарными знаками [1-2], и смешения этих средств индивидуализации в случае маркировки ими товаров 33 класса МКТУ, указанных в перечне оспариваемой регистрации.

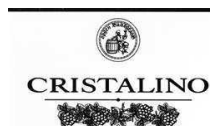
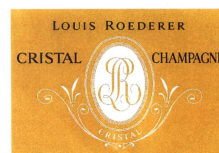

Оценивая все обстоятельства в совокупности, коллегия полагает, что знаки ассоциируются друг с другом в целом, а регистрация оспариваемого товарного знака на имя правообладателя для данных товаров способна ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров 33 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства. Таким образом, довод возражения о несоответствии оспариваемого знака по свидетельству № 590298 требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Также, необходимо отметить, что, несмотря на то, что судебные акты по делу

CRISTALINO


№ СИП-427/2016 не относятся к оспариваемому товарному знаку (■■■■■■■■■■), коллегия обращает внимание на то, что при рассмотрении данного дела суды разных



инстанций признали обозначения «■■■■■■■■■■» и «» [1], «» [1], «» [2] сходными до степени смешения, а так же то, что знаки [1-2] используются для маркировки игристого вина, являющегося одним из самых известных и дорогих марок шампанского вина в мире.

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

удовлетворить возражение, поступившее 23.05.2017, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 590298 недействительным полностью.