


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
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 рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 24.09.2020, поданное ФКП «Союзплодоимпорт», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №551209, при этом установлено следующее.



Регистрация комбинированного товарного знака «» по свидетельству №551209 с приоритетом от 30.12.2013 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 25.08.2015 по заявке №2013745623 на имя ООО «Производственный Холдинг «Меркурий», г. Мценск (далее –

правообладатель) в отношении товаров 32 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 24.09.2020, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №551209 произведена с нарушением требований пунктов 1, 3, 6, 7 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- согласно сведениям Государственного реестра товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации все словесные элементы оспариваемого товарного знака, т.е. «Русский морс» и «клюквенный», являются неохраняемыми;

- в отношении товаров 32 класса МКТ, для индивидуализации которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак: «напитки безалкогольные, а именно морс», словесные элементы «русский морс» и «клюквенный» указывают на вид товара, место производства и его состав, они не могут отличать товар «морс» одного производителя от товара «морс» другого производителя. «Русский морс» это любой морс, произведенный на территории Российской Федерации, «русский...(какое-либо слово) для услуги - эта услуга оказываемая российским лицом. При этом словесные элементы «Русский морс» однозначно доминируют в композиции оспариваемого товарного знака, следовательно, регистрация оспариваемого товарного знака противоречит пункту 1 статье 1483 Кодекса;

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения со следующими средствами индивидуализации, правообладателем которых является ФКП «Союзплодоимпорт»: - серией товарных знаков, в основе которых лежит элемент «Русская», свидетельства №№ 38389, 254171, 269165, 312401, 309232, 554385; общеизвестным товарным знаком «Русская», свидетельство № 40; наименованием места происхождения товаров «Русская водка», свидетельство № 65/1 (далее - НМПТ «Русская водка»);

- сходство оспариваемого товарного знака с противопоставленными средствами индивидуализации обусловлено тем, что в данных обозначениях доминирующим элементом являются словесные элементы «РУССКИЙ»/«Русская»/ «RUSSKAYA»;

- противопоставленный товарный знак по свидетельству №38389 был введен в гражданский оборот во времена СССР, когда собственником всего имущественного комплекса государственных предприятий, включавшего объекты интеллектуальной собственности, было советское государство (ст. ст. 94, 97 ГК РСФСР 1964 г.);

- выпуск и дальнейшая реализация продукции, в том числе продукции под определенным наименованием, фактически осуществлялись самим государством в соответствии с утвержденным плановым заданием. Техническая документация и этикетки для продукции, в том числе водки «Русская», разрабатывались централизованно и использовались при выпуске продукции государственными предприятиями в объемах и ассортименте, установленных в государственных планах;

- с 1968 года водка «Русская» выпускалась на ликеро-водочных заводах СССР с единой этикеткой и под единым названием, а в 1969 году этикетка водки «Русская» была зарегистрирована в качестве товарного знака, свидетельство №38389. С 2002 года и по настоящее время использование и распоряжение исключительными правами на товарные знаки, включая товарный знак по свидетельству №38389, осуществляет ФКП «Союзплодоимпорт»;

- факт широкой известности подтверждается признанием товарного знака



общеизвестным в Российской Федерации с 31.12.1985;

- товарный знак «Русская» использовался и используется государственными предприятиями начиная с 1969 года и на текущий 2020 год длительность его использования составляет более полувека (51 год);

- ввиду данного обстоятельства усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности товаров 29, 32 классов МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравнимые знаки, одному правообладателю, в настоящее время ФКП «Союзплодоимпорт»;
- продукция ФКП «Союзплодоимпорт» реализуется по всей России, в том числе через крупнейшие торговые сети России, например, в крупнейших и популярнейших сетях магазинов (Магнит, Перекресток, Пятерочка), управляемых X5 Retail Group, насчитывающей более 850 супермаркетов;
- ввиду указанных обстоятельств, крайне высокой различительной способности бренда «Русская», его длительного (полувекового) и интенсивного использования, усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности однородных товаров 32 и услуг 35 классов МКТУ, для индивидуализации которых предназначены средства индивидуализации и оспариваемый товарный знак, одному правообладателю;
- ФКП «Союзплодоимпорт» является правообладателем общеизвестного товарного знака №40, признанного таковым в отношении товара 33 класса МКТУ «водка», в связи с чем регистрация других обозначений не может быть осуществлена и в отношении «сопутствующих» товаров 32 класса МКТУ, относящихся к категории безалкогольных напитков, услуг 35 класса МКТУ, поскольку услуги данного класса относятся к бизнесу, а также «взаимоотношениях» с потребителем, т.е. относятся к «работе» с товаром, его продвижению, реализации;
- необходимо учитывать, что как алкогольные, так и безалкогольные напитки являются товарами широкого потребления, продажа которых осуществляется в одном месте, и, можно сказать, являются сопутствующими друг другу;

- высока вероятность возникновения у потребителя представления, что правообладателем товарных знаков, которыми маркированы алкогольные, безалкогольные напитки, является одно и то же лицо;
- сопоставительный анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№40, 38389, 254171, 269165, 312401, 309232, 554385, а также НМПТ «Русская водка» показывает, что в их состав входят доминирующие фонетически, семантически и графически сходные словесные элементы: «Русская»/«РУССКАЯ»/«RUSSIAN»/ «RUSSKAYA» и «Русский»;
- семантическое сходство обусловлено совпадением заложенной идеи словесных элементов – «Русская» и «РУССКИЙ». Слово «русская», «русский», «русское» – это прилагательные к «русские», «Россия» и «Русь»;
- главную индивидуализирующую функцию в оспариваемом товарном знаке выполняет слово «РУССКИЙ», на него падает логическое ударение;
- между сравниваемыми обозначениями также имеется графическое сходство доминирующих словесных элементов: элемент оспариваемого товарного знака - «РУССКИЙ» и один из доминирующих элементов товарных знаков ФКП «Союзплодоимпорт» - «Русская», выполнены буквами русского алфавита;
- в связи с известностью словесного элемента «Русская» среди потребителей алкогольной продукции, обусловленной общеизвестностью товарного знака по свидетельству №40, где элемент «Русская» в различном исполнении является единственным, а также в силу центрального положения словесного элемента «Русская» в противопоставленных товарных знаках по свидетельствам №№38389, 254171, 269165, 312401, 309232, 554385 данный элемент акцентирует на себе внимание потребителя и является доминирующим;
- учитывая наличие общеизвестного товарного знака по свидетельству №40, серии противопоставленных товарных знаков, более полувековое их использование, а также НМПТ «Русская водка», очевидно, что словесный

элемент «Русская» в отношении алкогольных напитков, в частности, товара «водка», в результате его интенсивного использования широко известен потребителю и ассоциируется с конкретным лицом ФКП «Союзплодоимпорт»;

- при сравнении наименований мест происхождения товаров (НМПТ) и товарных знаков однородность товаров не оценивается, так как, исходя из пункта 7 статьи 1483 Кодекса, сходные с НМПТ товарные знаки не могут быть зарегистрированы в отношении любых товаров. Таким образом, оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с НМПТ №65 в отношении товаров 32 класса МКТУ, в связи с чем, его регистрация противоречит пункту 7 статьи 1483 Кодекса.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №551209 недействительным полностью.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил отзыв, доводы которого сводятся к следующему:

- словесные элементы «Русский морс» и «клюквенный», входящие в состав оспариваемого товарного знака, занимают в общей сложности не более двадцати процентов от общей площади комбинированного обозначения;

- самые первые зрительные впечатления неотрывно связаны с образом, занимающим большую часть этикетки, а именно матрешки;

- противопоставленный общеизвестный товарный знак приобрел известность в отношении товара «водка»;

- оспариваемый товарный знак не является сходным до степени смешения с противопоставленными средствами индивидуализации лица, подавшего возражение ни по одному из критериев оценки сходства и тождества;

- в возражении не было должным образом доказано наличие противоречий по пункту 7 статьи 1483 Кодекса, поскольку существенная

разница между оспариваемым товарным знаком и НМПТ № 65, в части визуального восприятия обозначений в целом, с учетом доминирующего изобразительного элемента, фонетического звучания словосочетаний «Русская водка» и неохраяемого элемента «Русский морс» и диаметрально-противоположного значения данных словосочетаний не позволяет утверждать о сходстве данных обозначений, а также о сколь угодно малой вероятности создания смешения в сознании потребителя. Кроме того, товар «ВОДКА», указанный в качестве объема правовой охраны НМПТ не является однородным правовой охраны оспариваемого товарного знака;

- оспариваемый товарный знак активно используется в гражданском обороте с самых первых дней его регистрации. Товар представлен во всех основных торговых сетях на всей территории Российской Федерации.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения, поступившего 24.09.2020, и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №551209.

С отзывом были представлены следующие материалы:

1. Принтскрин поисковой выдачи системы Яндекс на 1 л.;
2. Фотографии выкладки товара на прилавках магазинов на 7 л.;
3. Товарные знаки, зарегистрированные в Китае на 3 л.

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

С учетом даты приоритета товарного знака (30.12.2013) правовая база для рассмотрения заявления включает в себя вышеуказанный Кодекс 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 подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана

была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 1 - 5, 8 и 9 статьи 1483 настоящего Кодекса.

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 относительно товара либо его изготовителя.

В соответствии с пунктом 2.5.1 Правил не допускается регистрация в качестве товарных знаков или их элементов обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя. 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 6 статьи 1252 Кодекса если различные средства индивидуализации (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, коммерческое обозначение) оказываются тождественными или сходными до степени смешения и в результате такого тождества или сходства могут быть введены в заблуждение потребители и (или) контрагенты, преимущество имеет средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее. Владелец такого исключительного права в порядке, установленном настоящим Кодексом, может требовать признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, знаку обслуживания, признания недействительным патента на промышленный образец либо полного или частичного запрета использования фирменного наименования или коммерческого обозначения.

Для целей настоящего пункта под частичным запретом использования понимается:

в отношении фирменного наименования запрет его использования в определенных видах деятельности;

в отношении коммерческого обозначения запрет его использования в пределах определенной территории и (или) в определенных видах деятельности.

В соответствии с подпунктом 2 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, 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 подпунктом 3 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, признанными в установленном настоящим Кодексом порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров.

Регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в настоящем пункте, допускается только с согласия правообладателя.

В соответствии с требованиями пункта 7 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованием места происхождения товаров, охраняемым в соответствии с Кодексом, за исключением случая, когда такое обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, если регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара.

В соответствии с пунктом 14.4.2.4 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми

видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы. При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах (14.4.2.2), (14.4.2.3) Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.


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.

В соответствии с пунктом 14.4.2.2 Правил сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) и определяется на основе совпадения признаков, изложенных в пункте 14.4.2.2 (подпункты (а) – (в)) Правил.

Согласно пункту 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров определяется 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.


Оспариваемый товарный знак по свидетельству №551209 представляет




собой комбинированное обозначение «», в виде этикетки, на фоне которой расположены изображения цветов и ягод. В центре этикетки расположен изобразительный элемент в виде стилизованной матрешки, на фоне которого расположены словесные элементы «Русский морс», выполненные оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Ниже, расположен словесный элемент «клюквенный», выполненный оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Знак выполнен в белом, розовом,

темно-розовом, красном, желтом, зеленом, коричневом, черном, голубом, оранжевом, желто-бежевом цветовом сочетании. Словесные элементы «Русский морс», «клюквенный» являются неохраняемыми элементами. Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 32 и услуг 35 классов МКТУ.




Противопоставленный общеизвестный товарный знак «» №40 [1] является комбинированным и представляет собой этикетку, содержащую словесные элементы «RUSSKAYA», «РУССКАЯ», «RUSSIAN». Товарный знак признан общеизвестным с 31.12.1985 в отношении товаров 33 класса МКТУ: «водка».



Противопоставленный товарный знак  по свидетельству №38389 [2] является комбинированным и представляет собой этикетку, содержащую словесные элементы «RUSSKAYA», «ВОДКА РУССКАЯ», «RUSSIAN VODKA». Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ: «водка».



Противопоставленный товарный знак  по свидетельству №254171 [3] является комбинированным и представляет собой этикетку, содержащую словесный элемент «Русская». Словесные элементы «Русская, russkaya» являются неохраняемыми элементами. Знак выполнен в белом, синем, красном, бежевом, желто-зеленом цветовом сочетании. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 05, 29, 30, 31, 32, 34 и услуг 35 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак по свидетельству №269165 [4] является комбинированным и представляет собой оригинально выполненный словесный элемент «Русская». Знак выполнен в бежевом, синем, красном цветовом сочетании. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак по свидетельству №312401 [5] является комбинированным и представляет собой этикетку, содержащую словесный элемент «Russkaya». Словесные элементы «Русская, russkaya» являются неохраняемыми элементами. Знак выполнен в красном, желтом, синем, белом цветовом сочетании. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак по свидетельству №309232 [6] является комбинированным и представляет собой этикетку, содержащую словесный элемент «RUSSKAYA». Словесные элементы «Russkaya, russian vodka» являются неохраняемыми элементами. Знак выполнен в желтом, красном, белом, синем цветовом сочетании. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ «водка».

Противопоставленный товарный знак «СТАРОРУССКАЯ» по свидетельству №554385 [7] является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ.

Противопоставленное наименование места происхождения товара «РУССКАЯ ВОДКА» №65/1 [8] выполнено стандартным шрифтом

заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товара «водка».

Анализ товарного знака по свидетельству №551209 на предмет его соответствия требованиям подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Относительно довода лица, подавшего возражение, о том, что в оспариваемом товарном знаке неохранные словесные элементы «Русский морс» занимают доминирующее положение, ввиду чего регистрация оспариваемого товарного знака противоречит указанным нормам, коллегия отмечает следующее.

Как указывалось выше, оспариваемый товарный знак является комбинированным, при этом, изобразительная часть занимает большую площадь в знаке относительно словесных элементов, то есть, композиционное построение знака таково, что неохранные элементы, а именно словесные элементы «Русский морс» занимают меньшую часть в знаке и не являются доминирующими.

Таким образом, нет основания для признания оспариваемого товарного знака несоответствующим подпункту 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Анализ товарного знака по свидетельству №551209 на предмет его соответствия требованиям пункта 3, пункта 6 и пункта 7 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Относительно противопоставленных товарных знаков [3, 5, 6], коллегия отмечает, что данные товарные знаки и оспариваемый товарный знак не являются сходными, поскольку словесные элементы «Русская, RUSSKAYA»/«Russkaya, russian»/ «Russkaya, russian vodka» выведены из правовой охраны.

Таким образом, сопоставительный анализ оспариваемого и указанных выше противопоставленных общеизвестного товарного знака [1], товарных знаков [2, 4, 7] и наименования места происхождения товара [8] показал, что в их состав входят фонетически и семантически сходные словесные

элементы – «РУССКИЙ»/«РУССКАЯ»/«RUSSKAYA»/«СТАРОРУССКАЯ», вместе с тем, согласно пунктам 42 и 43 Правил при определении сходства обозначений исследуется значимость положения, занимаемого тождественными или сходными элементами в сравниваемых обозначениях.

Однако, поскольку в оспариваемом товарном знаке словесные элементы «Русский морс» выведены из правовой охраны, следовательно, исключительное право на данные элементы у правообладателя отсутствует, в виду чего использование данных элементов не может нарушать права лица, подавшего возражение в контексте пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, коллегия не усматривает сходство оспариваемого товарного знака с противопоставленными средствами индивидуализации.

Кроме того, сравниваемые знаки имеют отличия по графическому критерию сходства обозначений (разное цветовое и шрифтовое исполнение, разное количество слов, слогов, звуков и букв, наличие иных слов и разная внешняя форма изобразительных элементов).

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что сопоставляемые обозначения не ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об отсутствии их сходства.

Анализ однородности товаров, в отношении которых предоставлена правовая охрана товарному знаку по свидетельству №551209 и противопоставленных знаков [1, 2, 4, 7], показал следующее.

Правовая охрана общеизвестному товарному знаку [1], противопоставленному товарному знаку [2] предоставлена в отношении товара 33 класса МКТУ «водка», который относится к алкогольным напиткам.

Правовая охрана противопоставленному товарному знаку [4] предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ «аперитивы, арак, бренди, вина, вино из виноградных выжимок, виски, водка, джин, джестивы, коктейли, ликёры, напитки алкогольные, напитки алкогольные, содержащие фрукты, напитки спиртовые, напитки, полученные перегонкой,

напиток медовый, настойка мятная, настойки горькие, ром, sake, сидры, спирт рисовый, экстракты спиртовые, экстракты фруктовые спиртовые, эссенции спиртовые».

Правовая охрана противопоставленному товарному знаку [7] предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ «алкогольные напитки (за исключением пива); аперитивы, арак, бренди, вина, вино из виноградных выжимок, виски, водка, джин, дижестивы, коктейли, ликёры, напитки алкогольные, напитки алкогольные, содержащие фрукты, напитки спиртовые, напитки, полученные перегонкой, напиток медовый [медовуха], настойка мятная, настойки горькие, ром, sake, сидры, спирт рисовый, экстракты спиртовые, экстракты фруктовые спиртовые, эссенции спиртовые».

В перечне оспариваемого товарного знака представлены товары 32 класса МКТУ и услуги 35 класса МКТУ.

Что касается товаров 32 класса МКТУ «напитки безалкогольные, а именно морс» оспариваемого товарного знака, то коллегия отмечает следующее.

Указанные товары 33 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2, 4, 7] не являются однородными товарам 32 класса МКТУ оспариваемого товарного знака, так как анализируемые товары относятся к разному виду товаров (алкогольная продукция/безалкогольная продукция), имеют различные характерные особенности, различный круг потребителей и условия реализации, а также имеют различное назначение и область применения, то есть обладают высокой степенью неоднородности.

Противопоставленное наименование места происхождения товара №65/1 в отношении товара «водка», который не является однородным с товарами 32 класса МКТУ оспариваемого товарного знака, поскольку, как было указано выше, товары 33 класса МКТУ, относящиеся к алкогольной продукции не являются однородными товарам 32 класса МКТУ, относящимся к безалкогольной продукции, поскольку относятся к разному

виду товаров, имеют различные характерные особенности, различный круг потребителей и условия реализации, а также имеют различное назначение и область применения, то есть обладают высокой степенью неоднородности, в виду чего, ассоциаций с наименованием места происхождения товара №65/1 не возникает.

Касаемо услуг 35 класса МКТУ, содержащихся в перечне оспариваемого товарного знака, коллегия отмечает, следующее.

Услуги 35 класса МКТУ «менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; демонстрация товаров; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования маркетинговые; маркетинг; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; презентация товаров во всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продвижение товаров для третьих лиц, включая оптовую и розничную продажу прищевых продуктов и напитков; расклейка афиш; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама телевизионная; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; экспертиза деловая» оспариваемого товарного знака, коллегия отмечает, что по своей сути данные услуги представляют собой «бизнес услуги» и «офисные услуги», в том числе, связанные с продовольственными товарами.

В силу чего, исходя из общего перечня товаров оспариваемого товарного знака, нет оснований полагать, что они связаны с продвижением алкогольной продукции.

Относительно противопоставленного общеизвестного товарного знака [1] и противопоставленного наименования места происхождения товара [8] коллегия отмечает, что правовая охрана данных средств индивидуализаций распространяется на товары 33 класса МКТУ «водка», то есть, именно для товаров, относящихся к пищевой промышленности, а элемент «Русская» является сильным и указывает на происхождение товаров. Однако, в отношении услуг, относящихся к офисной службе и бизнес услугам, элемент «Русская» не является указанием на происхождение услуг, а воспринимается как средство индивидуализации.

Таким образом, товар «водка» не является однородным с услугами 35 класса МКТУ, так как анализируемые товары и услуги относятся к разному виду товаров и услуг, имеют различные характерные особенности, различный круг потребителей и условия реализации, а также имеют различное назначение и область применения, то есть обладают высокой степенью неоднородности, в виду чего, ассоциаций с общеизвестным товарным знаком по свидетельству №40 и наименования места происхождения товара №65/1 не возникает.

В соответствии с изложенным коллегия пришла к выводу о том, что услуги 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака не соотносятся с товарами 33 класса МКТУ, то есть являются неоднородными.

Относительно доводов возражения о несоответствии товарного знака по свидетельству №551209 требованиям, предусмотренным пунктом 3(1) статьи 1483 Кодекса, то коллегия отмечает следующее.

Способность введения в заблуждение может возникнуть у потребителя в результате ассоциации, в том числе, с иным лицом, основанной на предшествующем опыте потребителя.

Для вывода о возникновении указанной ассоциации, связанной с иным производителем товара, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение у потребителей стойкой ассоциативной связи между товаром и его производителем.

Способность обозначения вводить потребителя в заблуждение не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и изготовителе.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №551209 сам по себе не может вводить потребителя в заблуждение ни относительно товаров, ни относительно его изготовителя, поскольку не несет в себе информации о товаре и его изготовителе.

Кроме того, документов, подтверждающих факт того, что потребители ассоциируют продукцию, маркированную оспариваемым товарным знаком, с продукцией лица, подавшего возражение, не представлено.

Таким образом, нет оснований для вывода о том, что на 30.12.2013 оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №551209 противоречит требованиям пунктов 3, 6, 7 статьи 1483 Кодекса, следует признать неубедительным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 24.09.2020 и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №551209.