


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
коллегии по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами 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, рассмотрела поступившее 16.06.2021 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 731053, поданное КАСТЕЛЬ ФРЕР (Сосьете пар аксьон симплифье), Франция (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.



Регистрация оспариваемого товарного знака «**GRAND CASTEL**» с приоритетом от 20.07.2018 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 11.10.2019 за № 731053 на имя Общества с ограниченной ответственностью «Гранд Кастель», 356817, Ставропольский край, Буденновский р-н, с. Прасковья, ул. Дзержинского, д. 74 (далее – правообладатель) в отношении товаров 32, 33 и услуг 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент), выражено мнение о том, что регистрация

товарного знака по свидетельству № 731053 произведена в нарушение установленных пунктами 3 и 6 статьи 1483 Кодекса требований.

Доводы возражения основаны на том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству № 731053 сходен до степени смешения с товарным знаком «CASTEL» по свидетельству №315903, а также со знаками «КАСТЕЛЬ» по международной регистрации №1086124 и  по международной регистрации №1299940 лица, подавшего возражение, в отношении однородных товаров 32, 33 и услуг 35 классов МКТУ, а также на том, что оспариваемое обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно товара и его изготовителя.

В возражении изложено обоснование вывода о сходстве оспариваемого товарного знака и перечисленных выше товарных знаков, принадлежащих лицу, подавшему возражение, по фонетическому, графическому и смысловому критериям сходства словесных обозначений, а также однородности товаров и услуг оспариваемого знака и товаров, для которых охраняются знаки [1-3].

При анализе сходства лицом, подавшим возражение, отмечено, что основную функцию товарного знака в оспариваемом обозначении выполняет словесный элемент «CASTEL» в отличие от словесного элемента «GRAND», являющегося слабым элементом обозначения с учетом его лексических значений, как во французском, так и в наиболее распространенном английском языке (большое, крупный, великий, возвышенный и т.д.), а также в силу его частого использования в составе товарных знаков различных производителей алкогольной продукции. Этот элемент является второстепенным и с точки зрения синтаксиса языка, являясь определением «господствующего» словесного элемента «CASTEL» оспариваемого товарного знака. Фонетическое и семантическое тождество сильного элемента «CASTEL» оспариваемого знака со знаками «CASTEL»[1], «КАСТЕЛЬ»[2] и сильным элементом  «CASTEL» знака  [3], в котором слабым является элемент «Maison», предопределяет вывод об ассоциациях сравниваемых обозначений, способствующих смешению товаров, маркированных сопоставляемыми знаками, в гражданском

обороте. В отношении способности оспариваемой регистрации вводить потребителя в заблуждение относительно производителя товаров в возражении отмечено, что с учетом широкой известности на дату приоритета оспариваемого товарного знака продукции лица, подавшего возражение, в России и мире, а также в связи с выполнением знака на французском языке и репутации Франции как всемирно известного региона происхождения вин существует вероятность возникновения у потребителя ложного представления о французском происхождении товаров 33 класса МКТУ оспариваемой регистрации. В частности, в возражении указано, что компания Кабель Фрер внесла существенный вклад в пропаганду качества французских вин в России и уже более 20 лет поставляет свою продукцию в нашу страну, а также производит безалкогольные напитки. В 2019 году компания занимала 3-е место в мире по производству вина и 10-е – по производству пива. В 2020 году было произведено 630 миллионов бутылок вина, а всего за год было продано 4, 6 млрд бутылок различных напитков. Компания была основана в 1949 году и специалисты на рынке алкоголя знают лицо, подавшее возражение, как компанию Castel, названную по фамилии ее основателя. Учитывая, что одно из значений слова «GRAND» во французском языке - старшие (о детях) или «великая личность», оспариваемый товарный знак может восприниматься как «старший семьи Кабель» или «великая личность Кабель», что будет вводить потребителя в заблуждение.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 731053 недействительным полностью.

К возражению приложены следующие материалы:

- словарные справки относительно слов «GRAND» и «MAISON»;
- публикация с сайта <http://wine-russia.ru/vyborredakcii/klinskienapitki/terretsoleil.html>;
- распечатка с сайта Википедии;
- распечатка публикации с сайта Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека;
- распечатки с ряда сайтов сети Интернет.

Правообладатель, в установленном порядке ознакомленный с поступившим возражением, представил отзыв по его мотивам, в котором выразил несогласие с доводами возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пунктов 3, 6 Кодекса.

В отзыве правообладателя изложено обоснование вывода об отсутствии сходства оспариваемого товарного знака и перечисленных в возражении товарных знаков [1-3], принадлежащих лицу, подавшему возражение, по фонетическому, графическому и смысловому критериям сходства словесных обозначений. Правообладатель отмечает, что в качестве товарного знака по свидетельству №731053 зарегистрировано словесное обозначение «Grand castel», выполненное буквами латинского алфавита в одну строку, причем первая буква заглавная, остальные строчные. При этом данный элемент полностью воспроизводит отличительную часть фирменного наименования правообладателя, которая на русском языке звучит как «ГРАНД КАСТЕЛЬ». Также в отзыве указано, что товарные знаки [1-3], как указано в возражении, воспроизводят фамилию основателя компании правообладателя, Пьера Кастеля - т.е. это его фамилия и Дом, если говорить о товарном знаке «MAISON CASTEL», т.е. знаки воспринимаются как имя собственное основателя компании, в связи с чем, несмотря на фактическое вхождение одного обозначения в другое, можно говорить о семантическом отличии оспариваемого товарного знака в сравнении с противопоставленными знаками, поскольку ассоциации, вызываемые ими, являются различными. Также в отзыве отмечено, что различие по фонетическому и семантическому критериям и оригинальность графической проработки противопоставленных товарных знаков лица, подавшего возражение, обуславливает отсутствие ассоциирования знаков друг с другом в целом. Проведя анализ сравниваемых товарных знаков по всем трем критериям, можно сделать вывод об отсутствии их сходства до степени смешения, поскольку сравниваемые знаки производят совершенно различное впечатление на потребителей при их восприятии и однозначно не могут быть перепутаны в обиходе. Помимо приведённых выше доводов, характеризующих сравниваемые товарные знаки как не сходные до степени смешения, правообладатель отмечает, что

словесный элемент «GRAND» сам по себе нельзя отнести к слабым элементам, поскольку он очень часто используется различными производителями/компаниями, как индивидуализирующий элемент в их деятельности, т.е. выполняет функцию товарного знака и им является. При этом однозначно утверждать, что именно «CASTEL» является сильным элементом, также представляется неправильным, поскольку данное слово в сочетании с различными дополнительными элементами размыто в силу повсеместного использования разными производителями, особенно алкогольной продукции, вина. Это подтверждает практика регистраций товарных знаков Роспатентом. Кроме того, в отзыве указано, что компания КАСТЕЛЬ ФРЕР, Франция, как следует из материалов возражения, является производителем вина. Напротив, правообладатель - это одна из крупнейших компаний Российской Федерации, которая уже почти 15 лет производит различную коньячную продукцию с целью ее дальнейшей реализации. Вместе с тем, в сферу деятельности компании не входит вино, в связи с чем, чтобы еще больше сегментировать свою продукцию, правообладатель подал заявление о внесении изменения в перечень товарного знака по свидетельству № 731053 и исключения товара вино и вино из виноградных выжимок. В связи с указанным в отзыве сделан вывод о том, что потребители не смешивают продукцию правообладателя на потребительском рынке и воспринимают ее исключительно как продукцию ООО "Гранд Кастель". Следовательно, нет никаких оснований для того, чтобы вести речь о введении в заблуждение потребителей относительно изготовителя товаров/услуг, а тем более о смешении товарных знаков на рынке.

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

К отзыву приложены следующие материалы:

- выписка из реестра по свидетельству № 723686, перевод знака с англ. на русский язык;

- примеры товарных знаков, содержащих словесные элементы «grand» и «castel», «castell», «castello, зарегистрированные на имя различных правообладателей;

- выписка из ЕГРЮЛ об ООО "Гранд Кастель";

- товарные знаки/заявки, зарегистрированные/поданные на регистрацию на имя ООО «Гранд Кастель»;

- справка о деятельности ООО «Гранд Кастель»;

- копия заявления о внесении изменений в перечень товаров в товарный знак по свидетельству № 731053.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия сочла доводы возражения убедительными в части.

С учетом даты (20.07.2018) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 2015 (далее — Правила).

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

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.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), смысловым (семантическим) признакам, изложенным в подпунктах (1), (2), (3) пункта 42 Правил.

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации, круг потребителей и другие признаки.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 731053 представляет собой словесное обозначение «**GRAND CASTEL**», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита и состоящее из двух словесных элементов.

Правовая охрана товарного знака действует в отношении товаров 32, 33 и услуг 35 классов МКТУ, приведенных в перечне свидетельства, а именно 32 - аперитивы безалкогольные; безалкогольные напитки; напитки фруктовые безалкогольные; воды [напитки]; напитки изотонические; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки на основе молочной сыворотки; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; пиво; порошки для изготовления газированных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; составы для изготовления газированной воды; составы для изготовления ликеров; составы для изготовления минеральной воды; составы для изготовления напитков; сусла; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; таблетки для изготовления газированных напитков; экстракты фруктовые безалкогольные; экстракты хмелевые для изготовления пива; эссенции для изготовления напитков. 33 - алкогольные напитки (за исключением пива); напитки, полученные перегонкой; напитки алкогольные, содержащие фрукты;

аперитивы; арак; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; настойки горькие; джин; дижестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; ликеры; напиток медовый [медовуха]; настойка мятная; спирт рисовый; ром; сакэ; сидры; напитки спиртовые; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые. 35 - агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; маркетинг; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; прокат торговых стендов/прокат торговых стоек; распространение образцов; телемаркетинг; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], в том числе розничная и оптовая продажа товаров и продажа через Интернет-магазины.

Согласно возражению признание недействительным предоставления правовой охраны оспариваемому знаку испрашивается полностью.

В качестве обоснования несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в поступившем в Роспатент возражении противопоставлены исключительные права лица, подавшего возражение, на знаки [1-3].

Товарный знак [1] представляет собой словесное обозначение «**CASTEL**», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарного знака [1] действует в отношении товаров «вина» 33 класса МКТУ.

Знак [2] также является словесным и представляет собой обозначение «КАСТЕЛЬ», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана знака [2] действует в отношении товаров 33 класса МКТУ – вино.

Знак [3] ^{MAISON} CASTEL представляет собой словесное обозначение, состоящее из двух словесных элементов «Maison» и «Castel», расположенных на двух строках. Правовая охрана знака действует, в частности, для товаров 33 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в международной регистрации, а именно 33 - Alcoholic beverages (excluding beers), namely wines (excluding German wines), ciders; digesters (liqueurs and spirits); spirits; alcoholic fruit beverages; distilled beverages; alcoholic fruit cocktails; alcoholic fruit extracts; plant-based liqueurs; alcoholic preparations for cocktails. 35 - Wholesale or retail sale services for kitchen utensils and containers, glassware, porcelain and earthenware, drinking glasses, decanters, corkscrews, non-alcoholic and alcoholic beverages; presentation of alcoholic and non-alcoholic beverages by any means of communication for retail or wholesale; demonstration of alcoholic and non-alcoholic beverages; commercial information and advice for consumers relating to alcoholic and non-alcoholic beverages; services provided by a franchiser, namely assistance in running or managing commercial businesses within a network of shops. Алкогольные напитки (кроме пива), а именно вина (кроме немецких вин), сидры; автоклавы (ликеры и спиртные напитки); спирты; алкогольные фруктовые напитки; дистиллированные напитки; алкогольные фруктовые коктейли; алкогольные экстракты фруктов; ликеры на растительной основе; алкогольные препараты для коктейлей. 35 - Услуги по оптовой или розничной продаже кухонной утвари и посуды, посуды из стекла, фарфора и фаянса, стаканов, графинов, штопоров, безалкогольных и алкогольных напитков; представление алкогольных и безалкогольных напитков любыми средствами связи для розничной или оптовой продажи; демонстрация алкогольных и безалкогольных напитков; коммерческая информация и консультации для потребителей относительно алкогольных и безалкогольных напитков; услуги, предоставляемые франчайзером, а именно помощь в ведении или управлении коммерческим бизнесом в сети магазинов.

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака и знаков [1 – 3] показал, что они ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на имеющиеся отличия, ввиду нижеследующего.

Указанные ассоциации возникают в силу того, что в состав сравниваемых товарных знаков входит фонетически тождественный словесный элемент «CASTEL/КАСТЕЛЬ», на который падает основное логическое ударение в оспариваемом товарном знаке и который выполняет индивидуализирующую функцию товарного знака в оспариваемом и в противопоставленных знаках [1-3] в силу своего фантазийного характера в отличие от словесных элементов «Grand» (большой, великий, возвышенный) и «Maison» (дом), являющихся лексическими единицами английского и французского языков и не отличающихся достаточной оригинальностью для формирования различительной способности обозначений, предназначенных для маркировки товаров 32-33 классов МКТУ. О слабой различительной способности указанных элементов может свидетельствовать их частое использование в составе товарных знаков различных производителей алкогольной продукции, что подтверждается сведениями из информационно-поисковой базы Роспатента.

Учитывая отсутствие смыслового значения у словесного элемента «CASTEL», оценить семантику сравниваемых обозначений не представляется возможным.

С точки зрения визуального признака сходства имеют место графические отличия в выполнении сравниваемых товарных знаков за счет их разной длины, а также использования в знаке [2] букв иного (русского) алфавита. При этом товарные знаки [1, 3] являются словесными и выполнены стандартным или близким к стандартному шрифтом, как и оспариваемый товарный знак. Вместе с тем, следует отметить, что роль визуального критерия не может быть признана определяющей, поскольку превалируют, в данном случае, факторы фонетического сходства/тождества, которые и обеспечивают ассоциирование сравниваемых обозначений друг с другом.

При этом следует отметить, что наличие серии знаков лица, подавших возражение, а именно «CASTEL», «КАСТЕЛЬ» и ^{MAISON}CASTEL, способствует еще в

большей степени смешению в гражданском обороте товаров и услуг, в отношении которых действуют сравниваемые товарные знаки, поскольку оспариваемый товарный знак может быть воспринят потребителем как один из знаков серии.

Таким образом, в результате сравнительного анализа знаков коллегия пришла к выводу, что оспариваемый товарный знак и знаки [1–3] ассоциируются между собой в целом, несмотря на отдельные отличия.

Анализ товаров 32, 33 и услуг 35 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрирован товарный знак по свидетельству № 731053, и товаров 33 и услуг 35 классов МКТУ, в отношении которых действует правовая охрана знаков [1 – 3], на предмет их однородности показал следующее.

В частности, противопоставленные в возражении товарные знаки охраняются в отношении товаров 33 класса МКТУ, являющихся алкогольными напитками. Указанные товары являются однородными товарам 32 класса МКТУ - пиво; составы для изготовления ликеров; сусла; сусло пивное; сусло солодовое; экстракты хмелевые для изготовления пива, а также всем товарам 33 класса МКТУ, указанным в оспариваемой регистрации, что обусловлено отнесением этих товаров к одной родовой группе товаров - алкогольные напитки. Так, согласно подпункту «7» статьи 2 Закона №218-ФЗ от 18.07.2011 «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе» под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво

и напитки, изготавливаемые на основе пива. Пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок; напитки, изготавливаемые на основе пива (пивные напитки), - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, не более 7 процентов объема готовой продукции, которая произведена из пива (не менее 40 процентов объема готовой продукции) и (или) приготовленного из пивоваренного солода пивного сусла (не менее 40 процентов массы сырья), воды с добавлением или без добавления зернопродуктов, сахаросодержащих продуктов, хмеля и (или) хмелепродуктов, плодового и иного растительного сырья, продуктов их переработки, ароматических и вкусовых добавок, без добавления этилового спирта; сусло - спиртосодержащая пищевая продукция, являющаяся полуфабрикатом производства алкогольной продукции, с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения, более 1,5 процента от ее объема, получаемая в зависимости от вида алкогольной продукции из ягод винограда (виноградное сусло), из иных фруктов (фруктовое сусло), из воды, пивоваренного солода, хмеля и (или) хмелепродуктов (пивное сусло), из воды и меда (медовое сусло) (см. пункты 13-1) – 13-3).

Услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых действуют сравниваемые знаки, также признаны коллегией однородными, поскольку они представляют собой услуги по продвижению товаров для третьих лиц, а также оказанию помощи в ведении или управлении бизнесом, включая предоставление информации, консультативные услуги, услуги, связанные с изучением и исследованием конъюнктуры рынка, оптовую и розничную продажу товаров, в том числе алкогольных напитков, и другие услуги, направленные на оптимизацию процесса продвижения продаж. Следует отметить, что однородность в отзыве правообладателя не оспаривается.

В отношении довода возражения о намерении исключить из перечня товаров 33 класса МКТУ товар «вина» следует отметить, что оставшиеся товары 33 класса МКТУ, тем не менее, также являются алкогольными напитками, которые безусловно однородны товарам 33 класса МКТУ, для которых охраняются знаки [1-3], в связи с чем коллегия не видит целесообразности внесения изменения в перечень оспариваемой регистрации. Однако, это право правообладателя.

Что касается примеров регистраций товарных знаков, приведенных правообладателем, в обоснование его позиции о том, что элемент «CASTEL» не является сильным элементом оспариваемого знака, то их большая часть относится к иным обозначениям – «CASTELLO» и «CASTELL».

Таким образом, оспариваемый товарный знак признан сходным до степени смешения с противопоставленными знаками [1 – 3] в отношении части однородных товаров 32, всех товаров 33 и услуг 35 классов МКТУ, для которых испрашивается признание недействительным предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку.

С учетом изложенного коллегия пришла к выводу о несоответствии товарного знака по свидетельству №731053 требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех товаров и услуг, за исключением товаров 32 класса МКТУ - аперитивы безалкогольные; безалкогольные напитки; напитки фруктовые безалкогольные; воды [напитки]; напитки изотонические; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки на основе молочной сыворотки; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; порошки для изготовления газированных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; составы для изготовления газированной воды; составы для изготовления минеральной воды; составы для изготовления напитков; сусло виноградное неферментированное; таблетки для изготовления газированных напитков; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции для изготовления напитков.

В отношении довода возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса в связи со способностью товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно товара и его изготовителя коллегия считает необходимым отметить следующее.

Анализ материалов возражения показал, что они не содержат фактических данных, которые подтверждают возникновение и сохранение у российского потребителя до даты приоритета оспариваемого знака стойкой ассоциативной связи товаров и услуг, маркированных оспариваемым товарным знаком, с лицом, подавшим возражение, а не с его правообладателем.

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

удовлетворить возражение, поступившее 16.06.2021, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 731053 недействительным в отношении всех товаров и услуг, за исключением товаров 32 класса МКТУ – аперитивы безалкогольные; безалкогольные напитки; напитки фруктовые безалкогольные; воды [напитки]; напитки изотонические; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки на основе молочной сыворотки; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; порошки для изготовления газированных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; составы для изготовления газированной воды; составы для изготовления минеральной воды; составы для изготовления напитков; суло виноградное неферментированное; таблетки для изготовления газированных напитков; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции для изготовления напитков.