

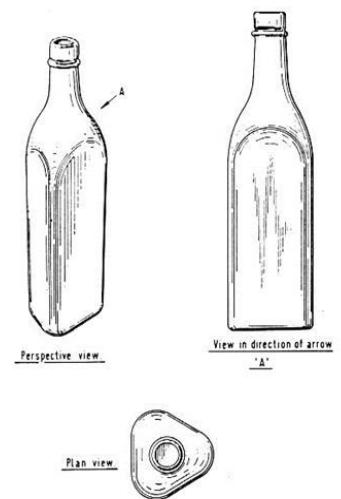
Приложение  
к решению Федеральной службы по интеллектуальной  
собственности

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом 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 поступившее 22.05.2019 возражение Общества с ограниченной ответственностью «Объединенные пензенские водочные заводы», г. Пенза, Российская Федерация (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 171486, при этом установила следующее.

Товарный знак по свидетельству № 171486 был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 28.01.1999 по заявке № 97706722 с приоритетом от 13.05.1997 в отношении товаров 33 класса МКТУ «алкогольные напитки» на имя компании William Grant & Sons Limited, Шотландия, Великобритания (далее – правообладатель).

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака по свидетельству



№ 171486 было зарегистрировано объемное обозначение в виде изображений бутылки, тулово которой имеет форму трехгранной призмы

со скругленными углами, а ее грани выполнены уплощенными и имеют аркообразную форму.

В поступившем 22.05.2019 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение о том, что оспариваемая регистрация товарного знака была произведена в нарушение требований, предусмотренных пунктом 1 статьи 6 Закона Российской Федерации от 23.09.1992 № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», введенного в действие с 17.10.1992 (далее – Закон). Доводы возражения сводятся к тому, что оспариваемый объемный товарный знак не обладает различительной способностью, поскольку форма изображенной бутылки обусловлена только функциональным назначением самой этой бутылки, являющейся традиционной упаковкой для соответствующих товаров, и состоит лишь из простых геометрических фигур.

На основании изложенного в возражении лицо, подавшее возражение, просило признать предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку недействительным полностью.

К возражению были приложены, в частности, копии следующих документов: ГОСТ № 10117-91 на бутылки стеклянные для пищевых жидкостей [1]; распечатка сведений из сети Интернет о треугольных бутылках для уксуса [2]; исковое заявление правообладателя к лицу, подавшему возражение, о нарушении исключительного права на оспариваемый товарный знак [3]; распечатка сведений из сети Интернет о продукции лица, подавшего возражение [4]; декларации о соответствии на продукцию лица, подавшего возражение [5].

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, на заседании коллегии представил на него отзыв, доводы которого сводятся к тому, что в оспариваемом объемном товарном знаке изображенная бутылка имеет не связанные с ее функциональным назначением конструктивные особенности в виде оригинальной сложной формы ее тула, обусловленной его

исполнением в форме трехгранной призмы со скругленными углами и исполнением ее граней уплощенными в форме арок.

При этом в отзыве правообладателем отмечается, что такая оригинальная форма бутылки никак не относится к стандартным формам бутылок, определяемым ГОСТом № 10117-91, представленным самим же лицом, подавшим возражение, а также указывается на подтвержденные результатами социологического опроса факты ее восприятия российскими потребителями в качестве весьма оригинальной, нетипичной для соответствующих товаров и узнаваемой ими, как предназначено для индивидуализации соответствующей продукции правообладателя – широко известного в мире виски «Grant's».

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

К отзыву правообладателем был приложен упомянутый выше социологический отчет Фонда «ВЦИОМ» по результатам опроса потребителей [6].

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

С учетом даты приоритета оспариваемого товарного знака (13.05.1997) правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Закон и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 29.11.1995, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.12.1995 за № 989, введенные в действие с 29.02.1996 (далее – Правила).

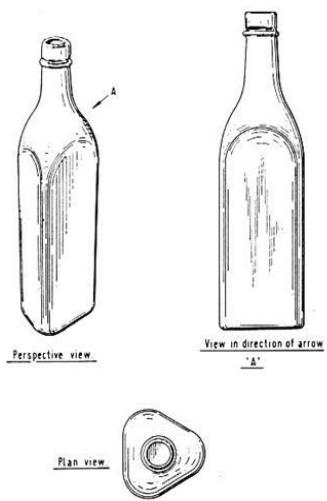
В соответствии с абзацами 1 и 2 пункта 1 статьи 6 Закона не допускается регистрация товарных знаков, состоящих только из обозначений, не обладающих различительной способностью.

В соответствии с подпунктом (1.1) пункта 2.3 Правил к таким обозначениям могут относиться, в частности, трехмерные объекты, форма которых обусловлена исключительно функциональным назначением.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку могут быть поданы заинтересованным лицом.

Наличие у лица, подавшего возражение, заинтересованности в подаче рассматриваемого возражения было обосновано в нем наличием у него конфликта интересов с правообладателем по поводу оспариваемого товарного знака. В подтверждение данного обстоятельства были представлены исковое заявление правообладателя к лицу, подавшему возражение [3], о нарушении исключительного права на оспариваемый товарный знак в связи с введением лицом, подавшим возражение, в гражданский оборот однородных товаров [4], [5] в бутылках, имеющих форму, сходную с формой бутылки в оспариваемом товарном знаке, которую оно считает общепринятой, стандартной для алкогольной продукции.

Оспариваемый товарный знак, правовая охрана которому была предоставлена с приоритетом от 13.05.1997 в отношении товаров 33 класса МКТУ «алкогольные напитки», представляет собой объемное обозначение



в виде изображений бутылки, отличительными особенностями которой являются, в частности, наличие у ее тулова определенной формы трехгранной призмы со скругленными углами, обусловленной тремя плоскими гранями, конструктивно выделенными путем выдавливания на поверхности тулова бутылки фигур аркообразной формы.

При этом весьма запоминающаяся определенная оригинальная форма у тулова данной бутылки непосредственно влияет на общие внешние очертания

этой бутылки в трехмерном пространственном ее восприятии, для которого, к тому же, никак не применим и довод возражения об использовании в оспариваемом товарном знаке простых геометрических фигур.

Вышеуказанные конструктивные особенности, как объемные элементы формы бутылки, являются центральным элементом, обращающим на себя основное внимание в качестве знаковой отличительной черты, создающей новый запоминающийся образ соответствующего товара. Они, к тому же, никак не связаны с функциональным назначением этой бутылки (например, удобство розлива, срок хранения или температурный режим хранения напитка и т.п.), а являются неотъемлемой частью ее формы, определяющей, напротив, уже эстетические свойства при восприятии соответствующего ее художественного дизайна, что обуславливает, собственно, наличие у нее различительной способности – способности индивидуализировать товары, приведенные в оспариваемой регистрации товарного знака, то есть отличать соответствующие товары, а именно алкогольную продукцию, правообладателя от однородных товаров других производителей.

Данное обстоятельство также подтверждается еще и отсутствием такой оригинальной формы бутылки среди общепринятых (стандартных) форм бутылок, определяемых, например, ГОСТом № 10117-91 на бутылки стеклянные для пищевых жидкостей [1], представленным в материалах возражения самим же лицом, подавшим возражение.

В материалах возражения вовсе отсутствуют документы, которые содержали бы какие-либо сведения об использовании различными производителями в период ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака бутылок вышеуказанной формы в качестве упаковки для товаров, однородных товарам, в отношении которых была предоставлена правовая охрана этому товарному знаку.

Что касается представленных сведений из сети Интернет о треугольных бутылках для уксуса [2], использовавшихся в России в первой половине XX века, то следует отметить, что данный товар (уксус) никак не относится к

алкогольной продукции, то есть не является, собственно, однородным товарам, для которых была предоставлена правовая охрана оспариваемому товарному знаку. К тому же, не имеется никаких сведений об известности этого исторического факта российским потребителям уже на дату приоритета данного товарного знака.

Напротив, результаты социологического опроса [6] свидетельствуют о восприятии российскими потребителями соответствующей формы бутылки в оспариваемом товарном знаке в качестве весьма оригинальной, нетипичной для соответствующих определенных товаров (алкогольных напитков) и узнаваемой ими, как предназначеннной для индивидуализации соответствующей определенной продукции правообладателя – виски «Grant's».

Так, в общедоступном источнике информации, в сети Интернет (см., например, поисковые порталы «Яндекс», «Google»), содержится огромное количество информации об использовании правообладателем оспариваемого объемного товарного знака в качестве упаковки (бутылки) для индивидуализации его продукции, а именно широко известного в мире, в том числе и в России, шотландского виски «Grant's».

При этом, согласно вышеупомянутым результатам социологического опроса [6], подавляющее большинство опрошенных (80%) указали, что тестируемая бутылка данного виски без этикетки и сама по себе имеет характерные особенности, отличающие ее от других бутылок крепких алкогольных напитков, прежде всего, за счет особенностей ее формы (75%). 88% респондентов считают ее трехгранную форму весьма оригинальной, нетипичной. Большинство опрошенных (54%) смогли определить, что она используется именно для виски «Grant's», причем 77% из них даже смогли точно назвать компанию-производителя – правообладателя, что свидетельствует о достаточно высоком уровне известности в России данной продукции правообладателя.

Таким образом, форма изображенной бутылки в оспариваемом объемном товарном знаке действительно служит для индивидуализации соответствующих

товаров, в отношении которых была предоставлена правовая охрана этому товарному знаку.

Принимая во внимание изложенные выше фактические обстоятельства, коллегия пришла к выводу, что отсутствуют какие-либо основания для признания оспариваемого товарного знака не обладающим различительной способностью, то есть не соответствующим требованиям пункта 1 статьи 6 Закона.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 22.05.2019,  
оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству  
№ 171486.**