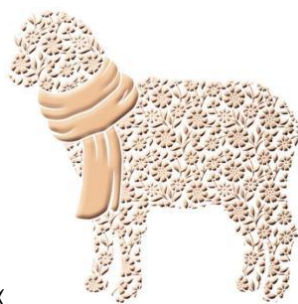
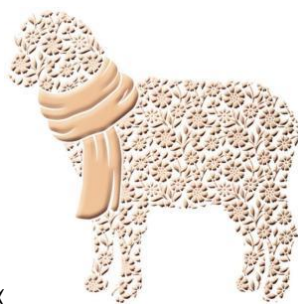


## ЗАКЛЮЧЕНИЕ по результатам рассмотрения возражения

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 за № 644/261, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) 06.06.2023, поданное компаниями ГРУПМАН ФОНСЬЕ АГРИКОЛЬ ДЕ ВИНОБЛЬ ДЕ ЛЯ БАРОН ФИЛИППИН ДЕ РОТШИЛЬД, Франция и БАРОН ФИЛИПП ДЕ РОТШИЛЬД, С.А., Франция (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №916609, при этом установлено следующее.

Регистрация товарного знака по заявке №2022754824 с приоритетом от 10.08.2022 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 12.01.2023 за №916609 на имя Индивидуального предпринимателя Каурцева Евгения Викторовича, г. Иркутск, (далее – правообладатель) в отношении товаров 32, 33 и услуг 35, 40, 43, 44 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), приведенных в перечне свидетельства.




Оспариваемый товарный знак «  » по свидетельству №916609 – (1), согласно описанию, приведенному заявителем при подаче заявки, представляет собой изобразительное обозначение, выполненное в виде оригинальной композиции из геометрических фигур.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 06.06.2023 поступило возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №916609 и дополнение к нему от 29.08.2023, мотивированное несоответствием оспариваемого товарного знака требованиям, установленным пунктом 6(2) статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

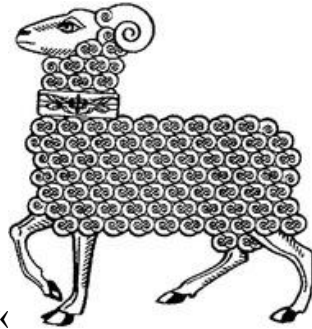
- лицо, подавшее возражение, французские компании ГРУПМАН ФОНСЬЕ АГРИКОЛЬ ДЕ ВИНОбЛЬ ДЕ ЛЯ БАРОН ФИЛИППИН ДЕ РОТШИЛЬД и БАРОН ФИЛИПП ДЕ РОТШИЛЬД, С.А. являются аффилированными компаниями, входящими во всемирно известный винодельческий холдинг, принадлежащий семье Ротшильд, на имя которых в Российской Федерации зарегистрированы следующие знаки:



- «  » по международной регистрации № 836565 с конвенционным приоритетом от 14.04.2004 – (2), зарегистрированный на имя BARON PHILIPPE DE ROTHSCHILD, S.A.;



- « » по международной регистрации № 1155404 с приоритетом



от 17.01.2013 – (3) и « » по международной регистрации № 1310342 с приоритетом от 26.05.2016 – (4), зарегистрированные на имя GROUPEMENT FONCIER AGRICOLE DES VIGNOBLES DE LA BARONNE PHILIPPINE DE ROTHSCHILD;

- оспариваемый товарный знак (1) обладает высокой степенью сходства со знаком



« » (4), поскольку имеет внешнюю форму, очень близкую к очертаниям данного противопоставленного знака (4). Расхождения в силуэтах обозначений незначительны и не являются достаточными для различения их внешней формы. Кроме того, в сравниваемых знаках (1) и (4) отсутствует симметрия, оба обозначения имеют одинаковое смысловое значение – представляют собой изображение барана в профиль, в в сравниваемых знаках также совпадает вид и характер изображений – они являются стилизованными, заполненными орнаментами, более того на шее животного в обоих случаях расположен дополнительный декоративный элемент в виде шарфа или ошейника;

- несмотря на то, что оспариваемый знак (1) выполнен в сочетании бежевых тонов, противопоставленный знак (4) охраняется без указания цвета, что означает, что он

может использоваться в гражданском обороте в любом цветовом сочетании, в том числе, и аналогичном оспариваемому товарному знаку (1). В частности, при фактическом использовании в гражданском обороте на территории Российской Федерации, противопоставленный знак (4) используется также и в золотисто-бежевых тонах, что сближает зрительные образы, создаваемые знаками (1) и (4);

- совпадение по вышеуказанным признакам свидетельствует также о сходстве оспариваемого товарного знака также со знаками (2) и (3) до степени смешения;

- учитывая, что товарные знаки (2, 3, 4) французских компаний включают рисованные изображения барана в профиль, в нескольких вариантах стилизации, потребителям известно, что товары винодельческого холдинга Ротшильд могут быть маркированы обозначениями со стилизованным изображением барана в нескольких вариантах оформления, в связи с чем появление на рынке однородных товаров, маркированных обозначением в виде изображения барана в измененной стилизации, может также быть воспринято потребителями как расширение линейки средств индивидуализации французских компаний;

- лицо, подавшее возражение, оспаривает предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №916609 в отношении всех товаров и услуг 32, 33, 35, 40, 44 классов МКТУ и части услуг 43 класса МКТУ, а именно: *«агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионы]; аренда временного жилья; аренда жилья для отдыха; аренда жилья на время отпуска; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионах; бронирование мест для временного жилья; закусовые; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; мотели; пансионы; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; рестораны; рестораны самообслуживания; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуги кальянных; услуги кемпингов; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги по приему*

*на временное проживание [передача ключей]; услуги по размещению в гостинице; услуги ресторанов вашиоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых» (далее – перечень оспариваемых товаров);*

- оспариваемые товары 32 и 33 классов МКТУ входят в родовые понятия «пиво, напитки безалкогольные» и «алкогольные напитки», присутствующие в перечнях противопоставленных товарных знаков. Сопоставляемые товары имеют одно назначение, единые каналы и условия реализации, изготавливаются из одного сырья. Кроме того, товары 32 и 33 класса МКТУ, указанные в перечне противопоставленных знаков, являются однородными услугам 40 и 44 классов МКТУ оспариваемого знака, поскольку являются сопутствующими и имеют одно назначение;

- что касается оспариваемых услуг 35, 43 классов МКТУ, то они либо тождественны, либо однородными соответствующим услугам 35, 43 классов МКТУ противопоставленного знака (4), поскольку относятся к одному роду и виду и имеют одно назначение и потребительские свойства;

- следует также учесть, что в России товары, маркированные противопоставленными знаками, известны потребителям в течение длительного времени, имеют крайне высокую репутацию и известность, что подтверждается публикациями в СМИ, которые демонстрируют широкое использование компаний Ротшильд в России товарных знаков и маркируемых ими товаров, высокую репутацию и длительность присутствия на рынке, а также счетами-фактур на поставку в РФ вин, маркированных товарными знаками, в период с 2015 по 2019 гг. Указанное усиливают угрозу смешения сравниваемых обозначений.

С учетом изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №916609 недействительным частично, а именно в отношении всех товаров 32, 33, 35, 40, 44 классов МКТУ и части услуг 43 класса МКТУ (указанных выше).

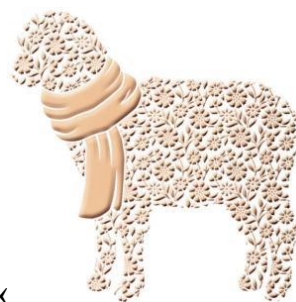
В подтверждение изложенных доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

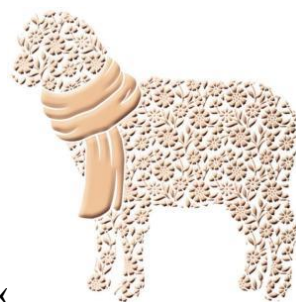
1. Информация о компаниях (распечатки с сайта Wikipedia);
2. Информация об имении (распечатки с сайта Wikipedia);
3. Информация о деятельности и истории компаний с официального сайта с переводом;
4. Сведения о знаках по международным регистрациям № 836565, № 1155404, № 1310342;
5. Примеры использования товарных знаков;
6. Статьи за 2006-2019 гг.;
7. Счета-фактуры за 2015-2019 гг.;
8. Выписки из реестра французских компаний по состоянию на 09.08.2023 в отношении компаний ГРУПМАН ФОНСЬЕ АГРИКОЛЬ ДЕ ВИНОБЛЬ ДЕ ЛЯ БАРОН ФИЛИППИН ДЕ РОТШИЛЬД и БАРОН ФИЛИПП ДЕ РОТШИЛЬД, С.А. с переводом на русский язык;
9. Информационное письмо с переводом на русский язык;
10. Распечатки из сети Интернет сведений о предложении к продаже товаров – вино «Mouton Cadet».

Правообладатель, надлежащим образом ознакомленный с материалами возражения, представил отзыв и дополнение к нему, аргументируя его следующими доводами:


- французские компании являются обладателями исключительного права в отношении разных товарных знаков. Так, правообладатель одного противопоставляемого знака не может считаться заинтересованным лицом в отношении противопоставляемых товарных знаков, правообладателем которых он не является, что ставит под сомнение наличие совместной заинтересованности в подаче возражения;

- сравниваемые товарные знаки (1) и (2, 3, 4) не являются сходными до степени смешения и не ассоциируются друг с другом в целом ввиду нижеследующего:




- оспариваемый товарный знак «  » (1) является изобразительным, представляет собой цветочную композицию, напоминающую стилизованное изображение животного в полный рост. Шея животного обрамлена шарфом;




- противопоставленный знак «  » (2) является изобразительным и выполнен в виде стилизованного изображения профиля головы муфлона, со спирально закрученными рогами. Шея муфлона изображена в виде завитков, имитирующих кудрявую шерсть;



- противопоставленный знак «  » (3) представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из словесных элементов «MOUTON ROTHSCHILD» и изобразительного элемента в виде герба, характеризующегося наличием щита со словесными и изобразительными элементами и короной над ним. В роли щитодержателей изображены танцующие муфлоны, стоящие на ленте;



- противопоставленный знак «  » (4) является изобразительным. Выполнен в виде стилизованного изображения шагающего муфлона со спирально закрученными рогами, на шее которого расположен ошейник;

- отсутствие сходства между сравниваемыми знаками (1) и (2, 3, 4) обусловлено тем, что они имеют разную внешнюю форму, вид и характер изображений, отсутствует симметрии, смысловое значение различное (что отражено в представленных таблицах, указанных в отзыве правообладателя);

- при анализе сравниваемых знаков (1) и (3) следует также учитывать, что в комбинированном обозначении, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным элементом, как правило, является словесный элемент, так как он запоминается легче изобразительного и именно на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения, то наличие изобразительного элемента в противопоставляемом знаке (3) не влияет на вывод о сходстве сравниваемых обозначений, поскольку графическое исполнение не приводит к утрате основной индивидуализирующей функции, которую выполняет словесный элемент «MOUTON ROTHSCHILD» противопоставляемого знака (3);

- правообладатель просит критически отнестись к доводам лица, подавшего возражение, касающихся известности потребителям факта использования винодельческим холдингом Ротшильд стилизованных изображений баранов в нескольких вариациях. По мнению французских компаний, появление на рынке однородных товаров, маркированных обозначением в виде изображения барана в измененной стилизации, может также быть воспринято потребителями как расширение линейки средств индивидуализации французских компаний. Так, действующее законодательство не запрещает регистрацию разными лицами несходных до степени смешения обозначений в отношении однородных



товаров/услуг, как и сходных до степени смешения обозначений в отношении неоднородных товаров/услуг. Как было указано выше сравниваемые знаки (1) и (2, 3, 4) не являются сходными до степени смешения. При этом из материалов, представленных лицом, подавшим возражение, однозначно не следует, что средний российский потребитель не только ассоциирует, но и имеет стойкую ассоциативную связь между стилизованным изображением барана и холдингом Ротшильд;

- правообладатель отмечает, что если следовать логике французских компаний, то только данные лица, получив исключительное право в отношении стилизованного изображения барана, могут использовать такое обозначение независимо от вариаций исполнения обозначений. Однако использование стилизованного изображения барана на бутылках вина является достаточно



распространенным, например, « 1 2 3 4 5 », в связи с чем потребители будут более избирательны при выборе напитка того или иного производителя;

- довод лица, подавшего возражение, относительно того, что оспариваемые товары и услуги являются однородными товарам и услугам противопоставленных знаков носит декларативный характер, в связи с отсутствием анализа однородности, следовательно, не доказана однородность сопоставляемых товаров и услуг;

- довод лица, подавшего возражение, относительно того, что противопоставленные знаки (2, 3, 4) представляют собой серию знаков, является необоснованным, поскольку возражение подано двумя французскими компаниями, одной из которых принадлежит один знак – (2), а другой компании – два знака (3, 4), в связи с чем ни один из правообладателей одновременно не обладает

исключительным правом, как минимум, на три товарных знака, которые могут образовать серию знаков;

- довод лица, подавшего возражение, относительно того, что на высокий риск смешения противопоставленных обозначений влияют также известность знаков по международным регистрациям (2, 3, 4), длительность пребывания их на рынке и высокая репутация – несостоятелен. Так, в обоснование данного довода были представлены различные распечатки из прессы о террасе Mouton Cadet Wine Bar, в которой закрываются программы Каннского кинофестиваля и т.п. Однако, действие исключительного права имеет строго территориальный характер, в связи с чем сведения о террасе Mouton Cadet Wine Bar, расположенной в Каннах, не имеет значения при рассмотрении настоящего возражения;

- в отношении представленных счетов-фактур, обращаем внимание, что данная документация не содержит каких-либо подписей. Кроме того, на основании данных счетов-фактур невозможно установить, с какой именно этикеткой осуществлялась отгрузка товара и был ли такой товар доведен до конечных потребителей;

- правообладатель обращает внимание, что средний ценник вина «Château Mouton Rothschild. 2000», на этикетке которого используется знак по международной регистрации № 1310342 (4), начинается от 709 990 рублей. Учитывая среднюю стоимость бутылки вина в России в размере 800 рублей, полагаем, что вероятность смешения будет минимальной.

На основании изложенного правообладатель просит оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №916609.

В подтверждение изложенных доводов правообладателем была представлена распечатка с сайта «Система Гарант» касающаяся решения Роспатента от 23.03.2023 по рассмотрению возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку «ДОМАШНИЙ ЗАГОТОВЩИК» по свидетельству №886392 – [11].

С учетом даты приоритета (10.08.2022) товарного знака по свидетельству №916609 правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя

вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015 за № 38572, введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями пункта 6 (2) 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 пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 43 Правил изобразительные обозначения сравниваются с изобразительными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные элементы.

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

Признаки 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 (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с порядком оспаривания и признания недействительной предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

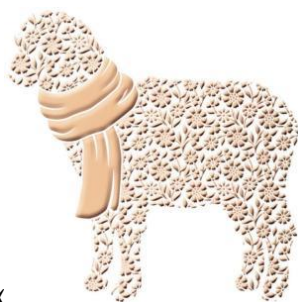
Поступившее возражение подано двумя компаниями – ГРУПМАН ФОНСЬЕ АГРИКОЛЬ ДЕ ВИНОБЛЬ ДЕ ЛЯ БАРОН ФИЛИППИН ДЕ РОТШИЛЬД (Франция), на имя которой зарегистрированы знаки по международным регистрациям №1155404 – (3) и №1310342 – (4), и БАРОН ФИЛИПП ДЕ РОТШИЛЬД, С.А. (Франция), на имя которой зарегистрирован знак по международной регистрации №836565 – (2), (далее – лицо, подавшее возражение), заинтересованность которых обусловлена тем, что указанные выше компании являются аффилированными и каждая из указанных компаний является правообладателем названных выше знаков, с которыми, по их мнению, оспариваемый товарный знак (1) является сходным до степени смешения.

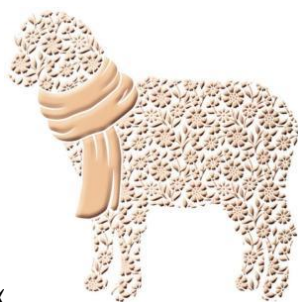
В отношении представленного правообладателем решения Роспатента от 23.03.2023 [11], которое, по его мнению, подтверждает довод об отсутствии заинтересованности у компании ГРУПМАН ФОНСЬЕ АГРИКОЛЬ ДЕ ВИНОБЛЬ ДЕ ЛЯ БАРОН ФИЛИППИН ДЕ РОТШИЛЬД и компании БАРОН ФИЛИПП ДЕ РОТШИЛЬД, С.А. в подаче настоящего возражение, коллегия отмечает следующее.

Решение Роспатента от 23.03.2023 [11] касается другого товарного знака, а именно «**Домашний заготовщик**» по свидетельству №886392. В указанном решении Роспатента указано, что лицо, подавшее возражение, не обладало исключительными правами на товарные знаки, сходные с оспариваемым товарным

знаком по свидетельству №886392, в связи с чем был сделан вывод об отсутствии заинтересованности лица, подавшего возражение, в подаче возражения по основаниям несоответствия товарного знака пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

В рассматриваемом возражении, как было указано выше, французские компании обладают исключительным правом на соответствующие знаки по международным регистрациям.




Оспариваемый товарный знак «  » по свидетельству №916609 – (1) состоит из изобразительного элемента, выполненного в виде стилизованного изображения животного в полный рост, стоящего на четырех лапах. Шея животного два раза обмотана шарфом, концы шарфа свисают вниз. Голова, туловище и ноги обрамлены цветочным рисунком в виде больших и маленьких цветов.


Товарный знак охраняется в бежевом, темно-бежевом, коричневом цветовом сочетании.

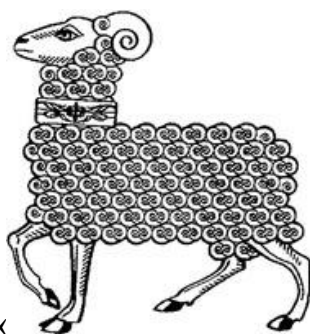
Согласно доводам возражения оспариваемый товарный знак (1) сходен о степени смешения со знаками по международным регистрациям № 836565 с конвенционным приоритетом от 14.04.2004 – (2); № 1155404 с приоритетом от 17.01.2013 – (3); №1310342 с приоритетом от 26.05.2016 – (4).

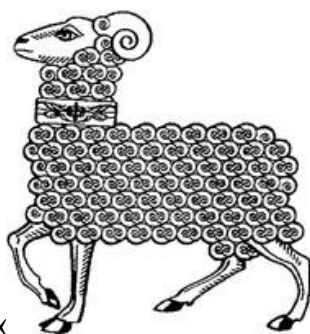


Противопоставленный знак «  » (2) является изобразительным и выполнен в виде стилизованного изображения профиля головы барана, со спирально закрученными рогами. Шея муфлона изображена в виде завитков, имитирующих кудрявую шерсть.



Противопоставленный знак «  » (3) представляет собой комбинированное обозначение, выполненное в виде герба, в котором в роли щитодержателя изображены два барана со спирально закрученными рогами, стоящие на одной ноге на ленте напротив друг друга и держащие щит, включающий изобразительные элементы и слова «MOU-TON ROTHSCHILD». Над щитом расположена корона;



Противопоставленный знак «  » (4) является изобразительным и выполнен в виде стилизованного изображения шагающего барана с поднятой головой и со спирально закрученными рогами, на шее которого расположен ошейник. Шея и туловище изображены в виде одинаковых завитков, имитирующих кудрявую шерсть.

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака (1) и противопоставленных знаков (2, 3, 4) на соответствие требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал, что они производят разное общее зрительное восприятие, в силу того, что:

- содержат разные изобразительные элементы, отличающиеся по своему содержанию, так противопоставленные знаки включают изображение животного, которое, несмотря на то, что выполнено стилизованно, однозначно воспринимается как баран, поскольку сохранены все основные его черты, вытянутая узкая голова, нос,

спирально закрученные рога, копыта, в оспариваемом товарном знаке изображение животного, в отсутствие конкретизирующих деталей, присущих изображению барану, может быть воспринято как, например, изображение собаки;

- сравниваемые изобразительные элементы отличаются по форме и внешнему виду.

В оспариваемом товарном знаке животное выполнено стоящим на четырех ногах с опущенной головой, все тело животного исполнено цветочным рисунком в виде больших и маленьких цветов, в то время противопоставленный знак (2) – включает только поднятую голову барана; противопоставленный знак (3) – изображение двух баранов, расположенных напротив друг друга, стоящих на одной ноге, держащих щит; противопоставленный знак (4) – шагающий баран с поднятой головой.

- противопоставленный знак (3) включает словесный элемент «MOUTON ROTHSCHILD»;

- сравниваемые обозначения выполнены в разном цвете сочетания: бежевый, темно-бежевый, коричневый – черный, белый.

С учетом изложенного выше, коллегия полагает, что оспариваемый и противопоставленные знаки (2, 3, 4) не являются сходными.

Довод лица, подавшего возражения, относительно того, что противопоставленные знаки (2, 3, 4) представляют собой серию знаков, не может быть признан убедительным, поскольку возражение подано двумя французскими компаниями, одной из которых принадлежит один знак – (2), а другой компании – два знака (3, 4), в связи с чем ни один из правообладателей одновременно не обладает исключительным правом, как минимум, на три товарных знака, которые могут образовать серию знаков.

Что касается довода лица, подавшего возражение, относительно наличия известности знаков по международным регистрациям (2, 3, 4), длительности их использования на российском рынке и известности лица, подавшего возражение, то коллегия отмечает следующее.

Сайт [3], на котором содержится сведения о компании БАРОН ФИЛИПП ДЕ РОТШИЛЬД и выпускаемой продукции является англоязычным, в связи с чем не может свидетельствовать о широкой доступности российскому потребителю,


основным языком которого является русский язык, расположенной на нем информации. Кроме того, на данном сайте расположено обозначение



«», которое значительно отличается от оспариваемого товарного знака.

На представленных счетах-фактурах [7] в верхнем левом углу также



расположен изобразительный элемент « LIVRE AU DELMERED», который значительно отличается от оспариваемого товарного знака. При этом, коллегия обращает внимание, что данная документация не содержит каких-либо подписей, а также не представляется возможным установить, с какой именно этикеткой осуществлялась отгрузка товара и был ли такой товар доведен до конечных потребителей (грузовые таможенные декларации с отметкой таможенного органа Российской Федерации материалы возражения не содержат).

Из материалов [5], представленных в качестве примеров использования товарных знаков, не следует, что широкое и длительное использование противопоставленных знаков осуществлялось именно на территории Российской Федерации.

На распечатке из сети Интернет [10] отсутствует дата размещения информация, а также сведения об изготовителе товаров,

С учетом изложенного, коллегия полагает, что лицом, подавшим возражение, не представлены фактические сведения о том, что противопоставленные знаки (2, 3, 4) получили широкую известность в качестве средства индивидуализации товаров 33 классов МКТУ компании ГРУПМАН ФОНСЬЕ АГРИКОЛЬ ДЕ ВИНОБЛЬ ДЕ ЛЯ БАРОН ФИЛИППИН ДЕ РОТШИЛЬД, Франция и компании БАРОН ФИЛИПП ДЕ РОТШИЛЬД, С.А., Франция - лица, подавшего возражение.

Согласно доводам возражения правовая охрана товарного знака по свидетельству №916609 оспаривается в отношении следующих товаров и услуг:



- 32 класс МКТУ – аперитивы безалкогольные; вино ячменное [пиво]; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас; коктейли безалкогольные; коктейли на основе пива; лимонады; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; пиво имбирное; пиво солодовое; порошки для изготовления газированных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; соки овощные [напитки]; составы для производства газированной воды; сусла; напитки безалкогольные; пиво; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; таблетки для изготовления газированных напитков; шенди; шербет [напиток]; экстракты фруктовые безалкогольные; экстракты хмелевые для изготовления пива; эссенции безалкогольные для приготовления напитков; воды минеральные и газированные; напитки и соки фруктовые; сиропы и прочие составы для изготовления безалкогольных напитков;

- 33 класс МКТУ – аперитивы; арак; бренди; вина; вино из виноградных выжимок; виски; водка; водка анисовая; водка вишневая; джин; дигестивы [ликеры и спиртные напитки]; коктейли; кюрасо; ликер анисовый; ликеры; напитки алкогольные зерновые дистиллированные; напитки алкогольные на основе сахарного тростника; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, содержащие фрукты; напитки на основе вина; напитки спиртовые; напитки, полученные перегонкой; напиток медовый [медовуха]; настойка мятная; настойки горькие; ром; сакэ; сидр грушевый; сидры;

*спирт рисовый; экстракты спиртовые; экстракты фруктовые спиртовые; эссенции спиртовые; алкогольные напитки (за исключением пива); продукты алкогольные для приготовления напитков;*

*- 35 класс МКТУ – агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; менеджмент спортивный; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; реклама; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; услуги коммерческого лоббирования; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по составлению перечня подарков; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; продажа аукционная; прокат торговых стендов / прокат торговых стоек; продвижение товаров для третьих лиц; услуги по розничной, оптовой продаже товаров, услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, услуги Интернет-магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, услуги розничной продажи товаров по каталогу путем почтовых отправок, услуги розничной продажи товаров с использованием теле-магазинов или Интернет-сайтов, услуги розничной продажи товаров через торговые автоматы; продажи оптовые и розничные товаров, в том числе через Интернет;*

*- 40 класс МКТУ – варка пива для третьих лиц; консервирование пищевых продуктов и напитков; консультирование в области виноделия; пастеризация продуктов питания и напитков; производство вина для третьих лиц;*

*- 43 класс МКТУ – агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда жилья для отдыха; аренда жилья на время отпуска; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование*

мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; мотели; пансионаты; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; рестораны; рестораны самообслуживания; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги баров; услуги кальянных; услуги кемпингов; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги по приему на временное проживание [передача ключей]; услуги по размещению в гостинице; услуги ресторанов вашиоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовые;

- 44 класс МКТУ – консультации по вопросам выращивания винограда; услуги в области виноградарства.

Правовая охрана противопоставленному знаку (2) на территории Российской Федерации предоставлена в отношении следующих товаров 33 класса МКТУ «*Alcoholic beverages (except beers) / Алкогольные напитки (кроме пива)*».

Правовая охрана противопоставленному знаку (3) на территории Российской Федерации предоставлена в отношении следующих товаров и услуг:

- 32 класс МКТУ – *Bières; eaux minérales et gazeuses; boissons à base de fruits et jus de fruits; sirops et autres préparations pour faire des boissons; limonades; nectars de fruits; sodas; apéritifs sans alcool / Пиво; минеральные и газированные воды; фруктовые напитки и фруктовые соки; сиропы и другие препараты для приготовления напитков; лимонады; фруктовые нектары; сода; аперитивы без алкоголя;*

- 33 класс МКТУ – *Boissons alcoolisées (à l'exception des bières); cidres; digestifs (alcools et liqueurs); vins; spiritueux / Алкогольные напитки (кроме пива); сидры; дижестивы (спирты и ликеры); вина; крепкие алкогольные напитки;*

- 35 класс МКТУ – *Publicité; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; services d'abonnement à des journaux (pour des tiers); services d'abonnement à des services de télécommunications pour des tiers; présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail; conseils en organisation et direction des affaires; gestion de fichiers informatiques; organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité; services de vente en gros ou au détail de produits, à savoir joaillerie, bijouterie, pierres précieuses, horlogerie et instruments chronométriques, métaux précieux et leurs alliages, objets d'art en métaux précieux, bières, eaux minérales et gazeuses, boissons à base de fruits et jus de fruits, sirops et autres préparations pour faire des boissons, limonades, nectars de fruit, sodas, apéritifs sans alcool, boissons alcoolisées (à l'exception des bières), cidres, digestifs (alcools et liqueurs), vins, spiritueux / Реклама; управление бизнесом; бизнес-администрирование; услуги по подписке на газеты (для прочих); абонентское обслуживание телекоммуникационных услуг для других лиц; представление товаров по любым средствам связи для розничной продажи; консультации по организации бизнеса и управлению; управление компьютерными файлами; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; оптовая или розничная продажа товаров, а именно ювелирных изделий, ювелирных изделий, драгоценных камней, часовых и хронометрических приборов, драгоценных металлов и их сплавов, произведений искусства из драгоценных металлов, пива, минеральных и газированных вод, напитков из фруктов и фруктовых соков, сиропов и другие препараты для приготовления напитков, лимонадов, фруктовых нектаров, газированных напитков, безалкогольных аперитивов, алкогольных напитков (кроме пива), сидров, джестивов (спиртов и ликеров), вин, спиртных напитков;*

- 43 класс МКТУ – *Services de restauration (alimentation); hébergement temporaire; services de bars; services de traiteurs; services hôteliers / Услуги по организации питания (питание); временное проживание; услуги бара; услуги общественного питания; гостиничные услуги.*

Правовая охрана противопоставленному знаку (4) на территории Российской Федерации предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ *«Boissons alcooliques (à l'exception des bières); vins / Алкогольные напитки (кроме пива) вина»*.

Сопоставляемые товары 32 класса МКТУ, приведенные в перечнях оспариваемого знака (1) и противопоставленного знака (3), тождественны, либо относятся к таким родовым категориям товаров, как «пиво» - «напитки безалкогольные» - «сиропы и другие препараты для приготовления напитков», соответственно имеют одно назначение, один рынок сбыта и круг потребителей, следовательно, признаются однородными.

Кроме того, оспариваемые товары 32 класса МКТУ *«вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; пиво; сусло виноградное неферментированное; сусло пивное; сусло солодовое; шенди; экстракты хмелевые для изготовления пива»* и все товары 33 класса МКТУ, признаются однородными товарам 33 класса МКТУ, приведенные в перечнях противопоставленных знаков (2, 3, 4), поскольку тождественны, либо относятся к одной родовой группе товаров «алкогольные напитки», имеют одно назначение, один рынок сбыта и круг потребителей.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ относятся к услугам, оказываемым в области рекламы и торговли, то есть относятся к родовой категории «продвижение товаров».

Услуги 35 класса МКТУ противопоставленного знака (3) включают такие услуги, как *«Реклама; представление товаров по любым средствам связи для розничной продажи; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; оптовая или розничная продажа товаров, а именно пива, минеральных и газированных вод, напитков из фруктов и фруктовых соков, сиропов и другие препараты для приготовления напитков, лимонадов, фруктовых нектаров, газированных напитков, безалкогольных аперитивов, алкогольных напитков (кроме пива), сидров, джестивов (спиртов и ликеров), вин, спиртных напитков»*, которые также относятся к родовой категории «продвижение товаров».

Таким образом, сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ однородны, поскольку относятся к одной родовой категории услуг, имеют одно назначение «повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров» и один круг потребителей.

Оспариваемые услуги 43 класса МКТУ относятся к таким родовым категориям услуг, как «услуги по обеспечению пищевыми продуктами, напитками» и «услуги временного проживания».

Услуги 43 класса МКТУ противопоставленного знака (3) включают такие услуги, как «*Услуги по организации питания (питание); услуги бара; услуги общественного питания*», которые могут быть отнесены к родовой категории услуг «услуги по обеспечению пищевыми продуктами, напитками», и услуги «*временное проживание; гостиничные услуги*», которые относятся к родовой категории «услуги временного проживания».

Таким образом, сопоставляемые услуги 43 класса МКТУ однородны, поскольку относятся к одной родовой категории, имеют одно назначение и один круг потребителей.

Коллегия отмечает, что однородными могут быть признаны товары и связанные с ними услуги.

Оспариваемые услуги 40 класса МКТУ оказываются в области производства пива, напитков, вина, то есть связаны с товарами 32 и 33 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные знаки (2, 3, 4).

Оспариваемые услуги 44 класса МКТУ оказываются в области виноградарства (виноградарство – отрасль сельского хозяйства, направленная на выращивание высоких урожаев столового и технического винограда, обеспечивающая виноделие – сырьём), то есть данные услуги могут быть соотнесены с производством товаров 33 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные знаки (2, 3, 4).

Таким образом, оспариваемые услуги 40, 44 классов МКТУ однородны товарам 32, 33 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные знаки (2, 3, 4), поскольку имеют одно назначение, могут оказываться одной компанией.

Вместе с тем, как было указано выше установленное отсутствие сходства сравниваемых знаков (1) и (2, 3, 4) позволяет потребителю не смешивать товары и услуги, маркированные сопоставляемыми знаками.

Принимая во внимание изложенные выше обстоятельства, коллегия не усматривает основания для признания товарного знака по свидетельству №916609 не соответствующим требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 06.06.2023, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №916609.**