

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) [далее – Правила ППС] рассмотрела поступившее 14.12.2022 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражение, поданное Савостьяновой И.В., Москва (далее - лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны на территории Российской Федерации знаку по международной регистрации № 1367150, при этом установила следующее.

Правовая охрана на территории Российской Федерации знака «**ST-RÉMY**» по международной регистрации № 1367150 произведена Международным Бюро ВОИС 12.07.2017 с конвенционным приоритетом от 21.02.2017 на имя: «E. REMY MARTIN & C^o» 20 rue de la Société Vinicole F-16100 COGNAC, Франция в отношении товаров 30, 33 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации. Срок действия регистрации до 12.07.2027 г.

В поступившем 14.12.2022 возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что знак по международной регистрации № 1367150 не соответствует требованиям, установленным пунктом 3 (2) статьи 1483 Кодекса. Доводы возражения, поступившего 14.12.2022, сводятся к следующему:

- в возражении указаны нормы статей 1483, 1512, 1513 Кодекса, иные нормативно-правовые документы, выдержки из судебной практики и т.п.;

- лицо, подавшее возражение, являясь преподавателем и детским воспитателем с многолетним опытом и стажем работы, являясь верующим человеком, с уважением и почитанием, относящимся к культуре, традициям и религии, полагает, что употребление имен Святых на этикетках алкогольных напитков является недопустимым. Эксплуатация имен Святых в качестве названия алкогольных напитков, в качестве средства рекламы и увеличения продаж алкогольных напитков является крайне оскорбительным для всех верующих людей и может восприниматься верующими как осквернение Святыни;

- в нашей стране ведется активная работа по нравственному воспитанию молодежи. Нравственность - это внутренняя потребность каждого человека следовать моральным принципам и этическим нормам, принятым в обществе. Использование священных образов и имен Святых светскими бизнес-структурами в качестве инструмента для извлечения прибыли и пропаганды употребления алкогольных напитков вряд ли можно назвать нравственно безупречным поступком;

- на полках магазинов часто встречается алкогольная продукция - бренди, названием которого является имя почитаемого христианами Святого Ремигия (Святого Реми) –



«St. Remy»;

- обозначение «ST-REMY» (Святой Реми) не только используется в качестве названия крепкого алкогольного напитка, но еще и монополизировано одним лицом;

- противоречие регистрации товарного знака «ST-REMY» общественным интересам заключается в том, что, как уже было указано, обозначение воспроизводит имя почитаемого христианами Святого Ремигия (Святого Реми). В свою очередь, регистрация имени почитаемого Святого в качестве товарного знака и присвоение какому-либо лицу исключительного права на имя почитаемого Святого является оскорбительным по отношению к чувствам верующих людей;

- Святой Ремигий Реймский или Святой Реми (фр. *Remi*, лат. *Remigius*; около 437-13 января 533) - епископ Реймский, апостол франков. Святому Ремигию (Реми) принадлежит выдающаяся заслуга, навсегда вошедшая в историю не только Франции, но и всего христианства - крещение короля франков Хлодвига. После

своей кончины Ремигий был погребён в небольшой церкви св. Кристофа в Реймсе, которая затем сделалась базиликой св. Ремигия. В 852 г. Хинкмар произвёл извлечение мощей из могилы; тело св. Ремигия оказалось нетленным. В 900 г. Архиепископ Эрве вернул мощи святого в базилику Сен-Реми, где они почитались вплоть до французской революции. Таким образом, считается, что именно Святой Ремигий (Реми) обратил в католическую веру весь франкский народ. Святой Ремигий считается одним из пяти католических покровителей Франции. Святой Ремигий почитается в Англиканской церкви и в Епископальной церкви 01 октября;

- в ответе Управления делами Московской Патриархии от 20.11.2000 № 5946 на запрос Роспатента от 31.10.2000 г. по вопросу, связанному с регистрацией обозначений, относящихся к церковной семантике, в отношении вино-водочной продукции, Его Святейшество, Патриарх Московский и всея Руси Алексей II сообщил, что считает регистрацию этикеток (товарных знаков), содержащих названия спиртных напитков, которые могут быть отнесены к церковной семантике противоречащей морально-этическим нормам и оскорбляющей чувства верующих людей;

- Межрелигиозный совет России сделал заявление о недопустимости использования религиозных символов в качестве товарных знаков и логотипов, особенно если речь об алкогольной продукции. Соответствующий документ Совет опубликовал на официальном сайте. В Совете подчеркнули, что нанесение изображений или использование имен святых на упаковке спиртного можно расценивать как оскорбление чувств верующих и осквернение святыни;

- о недопустимости регистрации имен Святых в качестве товарных знаков, в особенности в отношении товаров 33-го класса МКТУ («алкогольные напитки») обозначено в решениях Роспатента в отношении товарных знаков «SAINT VINCENT» по свидетельству № 196200, «St. Vincent» по свидетельству № 448104, «SAO VICENTE» по свидетельству № 519170, «SAINT VINCENT COTE D'OR» по свидетельству № 466937, «SAINT VINCENT LE PATRON DES VIGNERONS» по свидетельству № 538258, «CONFRERIE DE SAINT VINCENT» по свидетельству № 482646, «EAU DE SOURCE OU LE VIN ST. VINCENT» по свидетельству

№ 501734, «LA LEGENDE SAINT VINCENT» по свидетельству № 800527, «CHAIS SAINT VPNCENT» по свидетельству № 596149, «LA CROIX ST-VINCENT» по свидетельству № 545626 (в возражении также указаны номера судебных актов по обжалованию данных решений Роспатента). Суды всех инстанций поддержали позицию Роспатента и оставили в силе все вышеперечисленные решения;

- в частности, в Постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам от 29.10.2021 г. по делу № СИП-181/2021 содержится следующий вывод: *«...на обозначение, являющееся частью духовной культуры всего общества в целом, государство не может предоставлять одному лицу исключительное право в качестве средства индивидуализации его товаров»;*

- факт почитания Святого Ремигия (Реми) в христианстве является достаточным для признания того, что спорное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, поскольку подпункт 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса защищает исторические и культурные ценности общества, в котором религия является необходимым составным элементом общественной жизни, в том числе духовной культуры;

- регистрация в качестве товарных знаков имен Святых, и в целом обозначений, имеющих явную религиозную тематику, порождает у потребителя ложное отношение к алкогольной продукции, как продукции одобренной церковью, что побуждает к ее приобретению;

- российское законодательство не конкретизирует понятие «заинтересованное лицо», поэтому таковым может быть признано любое лицо, обосновавшее наличие фактического интереса в признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку. Противоречие общественным интересам должно толковаться максимально широко, поскольку рассматриваемое основание оспаривания призвано защищать интересы общества, а не частный интерес конкретного лица, и запрещать необоснованную монополию на товарные знаки.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании недействительным предоставления правовой охраны на территории

Российской Федерации знаку по международной регистрации № 1367150 в отношении всех товаров 30, 33 классов МКТУ.

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

- распечатки сведений из общедоступных источников информации (сети Интернет) о Святом Реми: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1141372>; <https://salvemus.com/?p=6178>; <https://dzen.ru/media/id/5e82997c8b13cmissiia-vypolnima-5eed6a47d17b0f4662264e2a>; https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.bc77a5a5-63613446-425876e2-74722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/Saint_Remy – [1];
- распечатка заявления Межрелигиозного совета Российской Федерации – [2].

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим 14.12.2022 возражением, представил письменный отзыв.

Основные доводы отзыва сведены к следующему:

- возражение может быть рассмотрено по существу только в отношении товара 33 класса МКТУ «бренди», в остальной части должно быть отказано в удовлетворении требований, в силу отсутствия доводов в отношении этих товаров и указания самим лицом, подавшим возражение, о действии правовой охраны товарного знака только в отношении товара 33 класса МКТУ, что свидетельствует об отсутствии притязаний в отношении товаров 30 класса МКТУ;
- довод лица, подавшего возражение, о регистрации в качестве товарного знака имени Святого Ремигия (Реми) не соответствует действительности;
- из представленных материалов следует, что имя Святого Ремигия на латыни пишется как «Remigius», а сокращение имени указанного святого - Remi (фр.);
- оспариваемый знак представляет собой фантазийное словесное обозначение, состоящее из двух словесных элементов, выполненное заглавными буквами латиницы, написанные через дефис «ST-REMY». Очевидно, что в товарном знаке не воспроизводится имя святого - «Remi», которое заканчивается буквой «i». Второй словесный элемент оспариваемого знака заканчивается буквой «Y». А на французский язык Святой Реми переводится как «Saint Remi»;

- заявление лица, подавшего возражение, о переводе «ST-REMY» как «Святой Реми» надумано и голословно;
- учитывая, что регистрация оспариваемого товарного знака не представляет собой и не содержит имя Святого Реми (Saint Remi) доводы о монополизации правообладателем товарного знака и использования в отношении бренди имени святого также голословны и не соответствуют действительности;
- обозначение «ST-REMY» не вызывает ассоциации у российского потребителя с сокращением имени Святого Ремигия - Реми (Remi), в связи с чем, не может задевать чувства верующих, следовательно, на территории Российской Федерации регистрация обозначения «ST-REMY» в качестве товарного знака не противоречит принципам гуманности и морали;
- доводы правообладателя подтверждаются проведенным социологическим исследованием Лаборатории социологической экспертизы. У 51 % опрошенных обозначение «ST-REMY» не вызывает никаких ассоциаций и только 3 % от 49 % респондентов (менее 1,5 % от общего числа респондентов), у которых есть какие-то ассоциации, связанные с указанным обозначением, заявили о том, что эти ассоциации связаны с именем Святого Ремигия. При этом подавляющее большинство опрошенных потребителей (94 %) не знают ничего о личности святого Ремигия, а из тех, кто знает о личности, подавляющее большинство (86 %) ответили, что не знают иных вариаций его имени, либо назвали неверные вариации. Только 14 % опрошенных от 4 % знающих Святого Ремигия, известно об использовании сокращения имени святого - Remi (около 0,5 % от числа всех опрошенных);
- по данным ВЦИОМ количество католиков в России в 2021 году близко к нулю, социологический опрос, проведенный Левада Центром, установил, что только около 1% католиков был в России на 2012 год;
- имя святого Ремигия (Реми), не канонизированного православной церковью, практически не известно верующим российским потребителям, что позволяет сделать вывод о неспособности обозначения «ST-REMY» противоречить общественным интересам, принципам гуманности и морали и оскорблять религиозные чувства верующих;

- лицом, подавшим возражение, не представлено каких-либо доказательств негативного восприятия обозначения «ST-REMY» верующими;
- обозначение приобрело различительную способность и ассоциируется у потребителя с бренди «ST-REMY» и правообладателем товарного знака «E. REMY MARTIN & C^o». Бренди «ST-REMY» реализуется на территории Российской Федерации с 2009-2010 гг.;
- социологический опрос показал, что подавляющее большинство потребителей считают, что под товарным знаком «ST-REMY» по международной регистрации № 1367150 выпускается бренди (75 %). Большинство потребителей (75 %) ассоциируют товарный знак по международной регистрации № 1367150 с французским бренди «ST-REMY». Респонденты (70 %) считают, что товары под товарным знаком по международной регистрации № 1367150 выпускаются компанией «E. REMY MARTIN & CO». Приведенные обстоятельства свидетельствуют о том, что в сознании российских потребителей не возникает негативных ассоциаций в связи с регистрацией товарного знака «ST-REMY» в отношении «бренди»;
- представленное лицом, подавшим возражение, письмо Межрелигиозного совета России не является нормативным документом. Оспариваемый знак не представляет собой и не содержит имя Святого Реми, не канонизирован Православной Церковью, в связи с чем, доводы, изложенные в представленном письме, не относятся к имени данного святого и данному товарному знаку;
- Межрелигиозный совет России объединяет духовных лидеров четырех традиционных конфессий России: православия, ислама, иудаизма и буддизма, в связи с чем, мнение, изложенное в письме Совета, имеет отношение к религиозным святыням указанных конфессий;
- письмо не содержит какой-либо информации о дате его создания, публикации или доведения до общественности;
- лицом, подавшим возражение, не представлено документальное подтверждение его отношения к католической церкви как верующего человека. Несмотря на возможность широкого толкования понятия заинтересованности в отношении

основания, установленного пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, заинтересованность должна быть подтверждена документально, а не заявлена декларативно;

- действия лица, подавшего возражение, по его подаче являются злоупотреблением правом, и прямо противоречат статье 10 Кодекса;

- ссылки на судебные акты, приведенные лицом, подавшим возражение, не имеют обязательной юридической силы для оценки соответствия правовой охраны оспариваемого товарного знака требованиям законодательства. Правовая охрана товарного знака оценивается исходя из обстоятельств, имеющих отношение к конкретному обозначению, зарегистрированному в качестве товарного знака.

В связи с изложенным, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану оспариваемого знака по международной регистрации № 1367150.

В подтверждение своих доводов правообладателем представлены следующие документы:

- отчет Лаборатории социологической экспертизы о результатах пилотажного исследования – [3];

- письмо Лаборатории социологической экспертизы – [4];

- распечатка из Википедии «Религия в России» – [5];

- распечатки этикетки, сведения о Группе компаний, в которую входит правообладатель товарного знака – [6];

- фотографии с Инстаграма, в том числе с фотографиями бренди «ST-REMY» - реклама бренди ST-REMY в соцсетях – [7];

- распечатка православного календаря с именами святых на букву «Р» – [8];

- сведения о Межрелигиозном совете России из Википедии – [9].

На заседании коллегии, состоявшемся 02.06.2023, от лица, подавшего возражение, было представлено ходатайство о направлении запроса в Правовое управление Московской Патриархии с просьбой дать исчерпывающие пояснения относительно официальной позиции Русской Православной Церкви по вопросу регистрации в качестве товарных знаков обозначений, воспроизводящих имена святых, а также противоречит или не противоречит позиции Межрелигиозного

совета России, регистрация обозначения «ST-REMY», воспроизводящего имя Святого Ремигия (Святого Реми), в качестве товарного знака в отношении алкогольных напитков (дана ссылка на пункт 43 Правил ППС).

Коллегией было отказано в удовлетворении данного ходатайства. Оспариваемый знак прямого отношения к религиозной семантике не имеет, поскольку имеет иное написание «ST-REMY» по сравнению с написанием имени Святого Ремигия (Святого Реми) - Saint Remigius (St. Remi) [см. электронная энциклопедия Википедия, а также материалы [1]].

В связи с чем, коллегия не нашла оснований для направления официального запроса в Правовое управление Московской Патриархии.

От лица, подавшего возражение, были представлены комментарии на отзыв. Основные доводы сведены к следующему:

- часть доводов повторяет ранее приведенные доводы возражения;
 - обозначение «ST.REMY», выполненное в латинице, в русском языке имеет следующее значение и перевод – «СВЯТОЙ РЕМИ»;
 - сокращение «ST» - это общепринятое сокращение от слова «SAINT» - «святой»;
 - «REMY» - это мужское имя «Реми»;
 - информационный поиск по словосочетанию «СВЯТОЙ РЕМИ», например, в информационно-поисковой системе «Яндекс» показывает исключительно ссылки на Интернет-сайты, посвященные Святому Ремигию;
 - словосочетания «Святой Реми» / «Святой Ремигий» / «St. Remy» / «Святой Ремигий Реймский» по своей сути и смысловому значению являются тождественными;
 - «Святой Реми» / «Святой Ремигий» является почитаемым христианским святым.
- Относительно регистрации подобных обозначений в качестве товарного знака / знака обслуживания совершенно недвусмысленно высказалось Правовое управление Московской Патриархии Русской Православной Церкви. Коллегия палаты по патентным спорам Роспатента при рассмотрении вопроса правомерности регистрации товарных знаков «SAINT VINCENT» и «St. Vincent» обращалась в Московскую духовную академию и Правовое управление Московской Патриархии с

запросом относительно позиции Церкви по вопросу регистрации имен Святых в качестве товарных знаков. И Церковь в лице Правового управления Московской Патриархии, и Московская духовная академия единогласно осудили подобные регистрации товарных знаков и категорично заявили о том, что регистрация имен Святых в качестве товарных знаков является недопустимой;

- из заявления Межрелигиозного совета России следует: «совершенно не допустима государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, воспроизводящих имена святых, их образы, а также символы веры и иные почитаемые верующими понятия, символы и семантически связанные с ними категории (то есть коммерциализация таких святых образов, символов, понятий), тем более для маркировки алкогольной продукции»;

- Роспатент, как орган государственной власти, в своей деятельности должен следовать принципу защиты законных ожиданий;

- анализ правоприменительной практики Роспатента показывает, что уже как минимум 12 товарных знаков (свидетельства №№ 596149, 482646, 501734, 545626, 800527, 466937, 538258, 448104, 196200, 772790, 515031, 519170), включающих в свой состав имена Святых, были аннулированы Роспатентом по заявлениям третьих лиц по основанию противоречия их регистрации общественным интересам, принципам гуманности и морали, а именно, из-за оскорбления чувств верующих. В основу всех решений Роспатента были положены заявления Московской духовной академии, Правового управления Московской патриархии, а также Межрелигиозного совета России. Представленные социологические опросы не привели к иным выводам.

Правообладателем представлены пояснения на письменную позицию лица, подавшего возражение, основные доводы которых сводятся к следующему:

- довод лица, подавшего возражение, о регистрации в качестве товарного знака имени Святого Ремигия (Реми) не соответствует действительности, основан на подмене понятий и подтасовке фактов. К возражению приложена распечатка сведений из общедоступных источников информации (сети Интернет) о Святом Реми. Из представленных материалов следует, что имя Святого Ремигия на

латинице пишется «Remigius», а сокращение имени указанного святого – «Remi». Оспариваемый знак представляет собой два словесных элемента заглавными буквами латиницы, написанные через дефис: «ST-REMY». Очевидно, что в товарном знаке не воспроизводится имя Святого Ремигия - Remi, заканчивающееся буквой «i» латинского алфавита;

- «ST-REMY» не вызывает ассоциации у российского потребителя с именем святого Ремигия. Об этом свидетельствует социологический опрос [3,4];

- благодаря деятельности правообладателя товарного знака и группы компаний обозначение «ST-REMY» приобрело различительную способность и ассоциируется с продукцией правообладателя - «бренди»;

- поисковая система Интернет не выдает информацию о Святом Реми на основании поиска по обозначению «ST-REMY». Распечатки поисковых систем, представленные лицом, подавшим возражение, представляют собой не поиск обозначения «ST-REMY», зарегистрированного в качестве товарного знака, а относится к имени Святого Реми в кириллице или в латинице - «Saint Remi» (с использованием в окончании буквы латиницы «i», а не «y»);

- обозначение «ST-REMY» является фантазийным и связано с именем основателя компании правообладателя товарного знака «E. REMY MARTIN». Представленные лицом, подавшим возражение, доказательства, не подтверждают, что «ST-REMY» переводится как «Святой Реми» и имеет только это значение. Наряду со значением «святой» сокращение «ST» имеет и другие значения, например, «STREET» – улица и т.п.;

- транслитерация имен «REMI» и «REMY» с учетом правил транслитерации отличается: «REMI – РЕМИ», «REMY-РЕМЫ»;

- доводы о принципе защиты законных ожиданий свидетельствуют о том, что Роспатент придерживается данного принципа при принятии решений и не имеют отношения к данному делу. Как указано выше, обозначение «ST-REMY», зарегистрированное в качестве товарного знака, не является воспроизведением имени Святого Ремигия – «SAINT REMIGIUS» или его сокращения – «SAINT REMI», «СВЯТОЙ РЕМИ», ни в кириллице, ни в латинице.

В подтверждение своих доводов правообладателем приобщены следующие материалы:

- распечатка страниц GOOGLE – [10];
- словарь сокращений – [11];
- ГОСТ 7.79-2000 – [12];
- приказ МВД России от 31.12.2019 N 996 – [13].

На заседании коллегии, состоявшемся 14.07.2023, лицом, подавшим возражение, было представлено ходатайство об ограничении объема притязаний, согласно которому испрашивается недействительным предоставление правовой охраны на территории Российской Федерации знаку по международной регистрации № 1367150 только в отношении товаров 33 класса МКТУ («*brandy*» / «*бренди*»).

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, поступившего 14.12.2022, коллегия установила следующее.

С учетом даты конвенционного приоритета (21.02.2017) знака по международной регистрации № 1367150, правовая база для оценки его охраноспособности включает 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, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 3 (2) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о противоречии заявленного обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика

(гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии.

Оспариваемый знак «**ST-RÉMY**» является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Правовая охрана оспариваемого знака по международной регистрации № 1367150 действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 30 («*pastries; confectionery; cakes; sugar confectionery; chocolate; chocolate candy*» / «*выпечка; кондитерские изделия; пирожные; сахаристые кондитерские изделия; шоколад; шоколадные конфеты*») и товаров 33 («*brandy*» / «*бренди*») классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно представленному от лица, подавшего возражение, ходатайству объем притязаний по настоящему возражению был ограничен до товаров 33 класса МКТУ.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом. Лицом, заинтересованным в прекращении правовой охраны товарного знака может быть признано лицо, чьи права и законные интересы затрагиваются фактом наличия правовой охраны соответствующего товарного знака.

Из материалов дела не усматривается, что Савостьянова И.В. имеет отношение к религиозным организациям, либо к производству алкогольных напитков. Устный довод о том, что лицо, подавшее возражение, собиралось снимать фильм, также не свидетельствует о наличии заинтересованности в подаче настоящего возражения. Данные намерения не подтверждены документально, кроме того, услуги из области кинематографа относятся к другому классу МКТУ (41 класс МКТУ). Таким образом, у коллегии нет оснований считать, что лицо, подавшее возражение, является заинтересованным в подаче настоящего возражения, чьи законные права и интересы могут быть затронуты существующей регистрацией оспариваемого знака по основаниям, предусмотренным пунктом 3 (2) статьи 1483 Кодекса.

Необходимо указать, что Постановлением Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 14503/10 от 01.03.2011 определено, что, исследовав доказательства, представленные в обоснование заинтересованности, и установив ее отсутствие, Роспатент вправе отказать в прекращении правовой охраны знака.

В отношении мотивов возражения, касающихся несоответствия оспариваемой международной регистрации № 1367150 требованиям пункта № 3 (2) статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.

Доводы возражения сводятся к тому, что регистрация оспариваемого товарного знака противоречит общественным интересам, поскольку воспроизводит имя почитаемого христианами Святого Ремигия - Святого Реми. В свою очередь, регистрация имени почитаемого Святого в качестве товарного знака и присвоение какому-либо лицу исключительного права на имя почитаемого Святого является оскорбительным по отношению к чувствам верующих людей.

В материалах возражения [1] представлены общедоступные источники информации из сети Интернет о Святом Ремигии (Святом Реми). Святой Ремигий Реймский или Святой Реми (фр. Remi, лат. Remigius; около 437-13 января 533) - епископ Реймский, апостол франков. Святому Ремигию (Реми) принадлежит выдающаяся заслуга, навсегда вошедшая в историю не только Франции, но и всего христианства - крещение короля франков Хлодвига. После своей кончины Ремигий был погребён в небольшой церкви св. Кристофа в Реймсе, которая затем сделалась базиликой св. Ремигия. В 852 г. Хинкмар произвёл извлечение мощей из могилы; тело св. Ремигия оказалось нетленным. В 900 г. Архиепископ Эрве вернул мощи святого в базилику Сен-Реми, где они почитались вплоть до французской революции. Святой Ремигий считается одним из пяти католических покровителей Франции.

В указанных материалах имя Святого Ремигия на латинице пишется как «Remigius», а в сокращении - «Remi». Вместе с тем, оспариваемый знак представляет собой два элемента, выполненных заглавными буквами латинского алфавита, которые написаны через дефис: «ST-RÉMY», с ударением на слог «RÉ-».

Таким образом, исходя из написания оспариваемого знака, очевидно, что он не воспроизводит имя Святого Ремигия (Remi), заканчивающееся буквой «i» латинского алфавита.

Правообладателем также представлены материалы, свидетельствующие о вариативности восприятия сокращения «ST» (не только «святой», но и «улица») и транслитерации буквы «-Y» в качестве буквы «ы» [11-13]. Также у коллегии нет документального подтверждения того факта, что Святой Ремигий (Святой Реми) канонизирован Православной Церковью [8].

Довод возражения о том, что регистрация в качестве товарных знаков имен Святых, и в целом обозначений, имеющих явную религиозную тематику, порождает у потребителя ложное отношение к алкогольной продукции, как продукции одобренной церковью, приведен в рамках пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса.

Довод возражения о применении к настоящему спору принципа защиты законных ожиданий признан коллегией неубедительным. В данном случае, как было установлено выше, оспариваемый знак по международной регистрации № 1367150 не имеет четко выраженной религиозной семантики.

Пункт 3 (2) статьи 1483 Кодекса не предусматривает оценку сходства до степени смешения оспариваемого знака и написания Святого Ремигия как «Remigius» (или «ST Remigius» / «SAINT REMIGIUS» / «SAINT REMI»).

В связи с изложенным, у коллегии нет оснований считать, что оспариваемый знак по международной регистрации № 1367150, в том виде, как он зарегистрирован, воспроизводит имя почитаемого святого и, тем самым, способен вызвать возмущение членов общества, оскорбить чувства верующих и влечет за собой противоречие общественным интересам общества согласно требованиям пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса.

В отношении материалов отзыва коллегия отмечает следующее.

Из документов [6,7] следует, что продукция правообладателя, маркируемая оспариваемым товарным знаком, присутствует на рынке Российской Федерации.

Анализ социологического исследования [3,4] показал следующее. У половины потребителей (49 %) оспариваемый товарный знак вызывает какие-либо ассоциации,

из них только у незначительной части респондентов (3 %) тестируемый товарный знак ассоциируется с личностью католического Святого епископа Ремигия. Подавляющее большинство потребителей (94 %) не знает ничего о личности Святого Ремигия. Об отсутствии известности иных вариаций имени Святого Ремигия ответило 86 % опрошенных респондентов. Подавляющее большинство (70 %) верующих потребителей крепких алкогольных напитков считают, что производителем товаров, маркируемых товарным знаком «ST-RÉMY», является компания правообладателя - «E. REMY MARTIN & C°». При этом абсолютное большинство опрошенных потребителей ассоциируют товарный знак «ST-RÉMY» с названием французского бренди. Так, подавляющее большинство потребителей 75 % считают, что под тестируемым товарным знаком выпускается «бренди».

Таким образом, результаты социологического исследования показали высокий уровень известности оспариваемого знака в качестве средства индивидуализации товаров 33 класса МКТУ правообладателя. При этом абсолютному большинству опрошенных потребителей ничего неизвестно о личности Святого Ремигия и не известны иные вариации имени этого Святого.

Следовательно, у коллегии нет оснований считать, что регистрация оспариваемого знака по международной регистрации № 1367150 противоречит общественным интересам и не соответствует требованиям пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса. Иного материалами возражения не доказано.

Распечатка заявления Межрелигиозного совета Российской Федерации [2] к иным выводам коллегии не приводит. При этом, тезисы данного письма не относятся к имени Святого Ремигия и оспариваемому знаку.

Оценка действий сторон спора в части недобросовестной конкуренции и злоупотребления гражданскими правами не входит в компетенцию Федеральной службы по интеллектуальной собственности. Согласно пункту 5 статьи 10 Кодекса добросовестность участников гражданских правоотношений и разумность их действий предполагаются.

Представленные в возражении ссылки на судебную практику и практику Роспатента не имеют преюдициального значения для рассмотрения настоящего спора и касаются иных обозначений.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.12.2022, оставить в силе правовую охрану на территории Российской Федерации знака по международной регистрации № 1367150.