

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
коллегии палаты по патентным спорам
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия палаты по патентным спорам в порядке, установленном пунктом 3 статьи 1248 Гражданского кодекса 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 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение от 21.02.2012, поданное Государственным унитарным предприятием «Кизлярский коньячный завод» Комитета Правительства РД по виноградарству и алкогольной промышленности «Дагвино», Россия (далее – лицо, подавшее возражение) против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №262456, при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке №98718465/50 с приоритетом от 23.11.1998 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 26.01.2004 за №262456 на имя ЗАО "ВКЗ Дагвино", Россия в отношении товаров 33 класса МКТУ: «алкогольные напитки (за исключением пива)». Роспатентом 21.12.2011 был зарегистрирован договор № РД0092130 об отчуждении исключительного права, владельцем знака стало ЗАО "Вино-коньячный завод "Избербашский", Россия (далее – правообладатель).

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака зарегистрировано обозначение, представляющее собой этикетку, в верхней части которой расположен словесный элемент «Лезгинка», выполненный оригинальным шрифтом строчными буквами русского алфавита, первая буква «Л» - заглавная. Ниже словесного элемента расположен изобразительный элемент в виде стилизованного изображения сцены праздничного гулянья в кавказском горном селении:

танцующая пара, одетая в национальные костюмы, горные вершины, площадь селения, дома, музыканты, зрители. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в следующем цветовом сочетании: «бежевый, белый, желтый, золотой, коричневый, черный».

В палату по патентным спорам 21.02.2012 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, указанная регистрация была произведена в нарушение требований пункта 2 статьи 6 Закона Российской Федерации от 23.09.92г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», введенный в действие с 17.10.1992 (далее - Закон).

Указанное мотивировано следующими доводами:

- все основные элементы, составляющие композицию оспариваемого товарного знака: слово «Лезгинка», изображение танцующей пары, исполняющей характерные движения, связаны с лезгинами – одной из народностей, населяющих Дагестан, и их культурой. Следовательно, все элементы образуют целостную композицию, которая однозначно может вызывать ассоциации с Дагестаном;

- Дагестан известен как винодельческий регион России, в связи с чем регистрация оспариваемого товарного знака в отношении товаров 33 класса МКТУ может рассматриваться как указывающая на место происхождения товара, и, соответственно его свойства, т.е товары произведены в Дагестане или на Кавказе;

- оспариваемый товарный знак воспроизводит (фактически копирует) одну из этикеток, используемую еще в период существования СССР для маркировки коньяка «Лезгинка», производимого «Кизлярским коньячным заводом». Этикетка была разработана в 1965 году по заказу Производственно-совхозного объединения «Дагвино» для «Кизлярского коньячного завода» и в период с 1965 по 1995 год завод был единственным производителем данного бренди;

- коньяк «Лезгинка» выпускался еще на нескольких предприятиях СССР, в частности на Ленинградском, Московском, Махачкалинском винзаводах. Однако данные предприятия только разливали коньяк из поставляемого «Кизлярским

коньячным заводом» коньяка в бочках. У потребителей всегда была осведомленность о том, что коньяк произведен путем розлива оригинального коньяка производства «Кизлярского коньячного завода»;

- республика Дагестан является родиной российского коньяка, а «Кизлярский коньячный завод», отметивший в 2005 году свое 120-летие, является одним из известнейших производителей данного напитка;

- с момента создания коньяка «Лезгинка» единственным производителем данного товара по настоящее время является ГУП «Кизлярский коньячный завод», в силу чего данный напиток у потребителя может ассоциироваться только с этим предприятием. Коньяк «Лезгинка» завоевал заслуженную популярность и авторитет у потребителей, благодаря своим оригинальным качествам и доступной цене, при этом он ассоциируется как бренди, произведенное в Дагестане из местных сортов винограда;

- первоначальный правообладатель оспариваемого товарного знака (ЗАО «ВКЗ Дагвино»), образованное в 1994 г., осуществляло производство коньяка «Лезгинка» по собственной технологической и разрешительной документации, а коньячные спирты закупались в Азербайджане, Армении, Франции, в результате чего, качественные вкусовые показатели этой продукции не соответствуют показателям бренди, производимого ГУП «Кизлярский коньячный завод»;

- с учетом изложенного, а также особенностей употребления коньяка в России (гости, сувенир с Кавказа, подарок), регистрация товарного знака на имя ЗАО «ВКЗ Дагвино», г. Санкт-Петербург способна ввести в заблуждение потребителя относительно изготовителя товара и места его происхождения;

- правовая охрана оспариваемому товарному знаку предоставлена в отношении всех алкогольных напитков, включенных в 33 класс МКТУ, тогда как приведенные сведения свидетельствуют о том, что обозначение «Лезгинка» активно используется на протяжении нескольких десятилетий только для маркировки коньяка;

- хотя нынешний правообладатель находится на территории республики Дагестан, однако он был создан как юридическое лицо спустя 40 лет после

разработки рецептуры коньяка «Лезгинка» и этикетки для его маркировки, и через 2 года после проведения опроса (2000 г.), показывающего, что у потребителя обозначение «Лезгинка» на товаре «коньяк» вызывает устойчивую ассоциацию с коньяком, произведенным Кизлярским коньячным заводом;

- следует также отметить, что продукция ГУП «Кизлярского коньячного завода» поставляется в г. Избербаш, в связи с чем использование оспариваемого товарного знака новым правообладателем способно ввести потребителя в заблуждение относительно производителя продукции и ее качества.

В подтверждение изложенных доводов к возражению приложены следующие материалы:

- распечатка свидетельства № 262456 [1];
- копии страниц Большой Советской Энциклопедии, 1973 [2];
- копии страниц издания «История виноградарства и виноделия России», 2009 [3];
- распечатки фотографий этикеток [4];
- копия письма Дагестанского отделения ВТОО «Союз художников России» от 12.04.2010 [5];
- копия справок Комитета по виноградарству и регулированию алкогольного рынка республики Дагестан «Дагвино» от 20.02.2012, 14.01.2011, 09.02.2011 [6];
- копии приказов: Республиканской контрактной корпорации «ДАГВИНО» от августа 1993 г., Кизлярского коньячного завода от 30.04.1997 [7];
- копия постановления Правительства Республики Дагестан от 31.03.1997 № 47 [8];
- копии страниц Энциклопедии виноградарства, 1986 [9];
- копия выписки из ЕГРЮЛ [10];
- копии страниц сборника «Основные показатели развития виноградарства и виноделия 1965-1975 г.г.» [11];
- копии дипломов, почетных дипломов, свидетельств [12];
- копии страниц издания «Виноград и вино России», 1995 [13];
- сводная таблица по наградам коньяка «Лезгинка» [14];

- копии страниц технологических инструкций, 1994, 1997 [15];
- копии справок по производству и розливу коньяка «Лезгинка» от 20.03.2007, 15.02.2010, за 2011 г. [16];
- распечатка электронной версии газеты «Дагестанская правда» от 11.11.2009 [17].

Лицом, подавшим возражение, выражена просьба признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №262456 полностью.

Правообладатель оспариваемого товарного знака, уведомленный в установленном порядке, представил отзыв по мотивам возражения. Доводы отзыва сводятся к следующему:

- способность введения в заблуждение оценивается на этапе экспертизы заявки, после 12 лет использования знака и отсутствии фактов введения в заблуждение потребителей, рассматривать данный вопрос бессмысленно;

- первоначальный правообладатель (ЗАО «ВКЗ Дагвино») является правопреемником Ленинградского винзавода, созданного в 1936 г. в качестве предприятия вторичного виноделия для розлива (бутилирования) вин и коньяков, произведенных в Дагестанской АССР и снабжения торговых организаций. Директором был назначен Сафаралиев Н.А. – по национальности лезгин, работали 7 национальных кадров (5 из них – лезгины);

- Ленинградский винзавод относился к предприятиям вторичного виноделия: разливались вина и коньяки, занимались разработкой этикеток, оформлением продукции и ее реализацией. Именно этому предприятию, работавшему непосредственно с потребителями, принадлежит основная заслуга в продвижении конечного продукта;

- на этикетках бутылок всегда располагалось одно наименование – Объединение Дагвино, а на крышечке, опечатывавшей пробку указывался завод, производивший розлив и выпускающий продукцию. Производитель вина или коньяка на этикетке никогда не указывался, т.е. нет оснований утверждать, что у

потребителя всегда была осведомленность о производстве коньяка «Кизлярским коньячным заводом»;

- потребитель Северо-западного региона СССР на протяжении многих десятков лет ассоциировал алкогольную продукцию Дагестана (в том числе, коньяк «Лезгинка») с Ленвинзаводом – представителем Дагестана в г. Ленинграде;

- приведенные в возражении публикации разных лет в специализированных изданиях о коньяке «Лезгинка» и его производителе (Кизлярском заводе) не известны среднему потребителю;

- особо следует отметить, что название «Лезгинка» появилось благодаря Сафаралиеву С.Н. (его национальности);

- отчуждение исключительных прав (декабрь 2011) не способно вводить потребителя в заблуждение потребителя, поскольку в данном случае исчезают аргументы возражения об ассоциативной связи с местом происхождения товара (Лезгинка и Дагестан) – новый правообладатель находится на территории Дагестана. Кроме того, новый правообладатель три года до регистрации договора отчуждения уже выпускал коньяк «Лезгинка» на основании лицензионного соглашения с первоначальным правообладателем;

- факт поставок кизлярского коньяка «Лезгинка» в г. Избербаш не является основанием для вывода о возможности введения в заблуждение потребителей. Этикетки коньяков двух заводов имеют существенные различия, не позволяющие потребителю смешивать данные товары. Кроме того, на этикетках в обязательном порядке должно присутствовать фирменное наименование производителя, что также не позволяет произойти смешению;

- если лицо, подавшее возражение, считает, что только оно могло претендовать на товарный знак «Лезгинка», то что мешало ему принять меры по регистрации знака в 90-е годы. При этом с 2007 года по настоящий момент завод связан с правообладателем словесного товарного знака «Лезгинка» лицензионными отношениями;

- новый правообладатель оспариваемого товарного знака (ЗАО «ВКЗ «Избербашский») – одно из старейших винодельческих производств Дагестана

(создан на базе винсовхоза «Чкаловский»). В настоящее время завод оснащен новейшим оборудованием по переработке винограда и выкурке коньячных спиртов. Коньяк «Лезгинка» производится по классической технологии в соответствии с технологической инструкцией 2008 года, характеристики производимого коньяка соответствуют инструкции советского периода 1979 года. В период с 2007 по 2010 г.г. было произведено 31 тыс. дал, поставки производились в разные регионы России;

- ЗАО «ВКЗ «Избербашский» сделал очень много для того, чтобы обладателем товарного знака «Лезгинка» стал дагестанский производитель, а лицо, подавшее возражение, только оспаривает регистрацию, хотя препятствий для продолжения выпуска коньяка «Лезгинка» у кизлярского завода нет (лицензионный договор по словесному знаку действует до 2016 года).

Кроме того, в отзыве приведен подробный анализ производства коньяка «Лезгинка» на ЗАО «ВКЗ Дагвино» и его качественных характеристик, а также дан подробный анализ недостоверности данных в документах, представленных с возражением, в связи с чем указано на недобросовестность действий лица, подавшего возражение. В дополнении приведена информация о взаимоотношениях лица, подавшего возражение, и правообладателя в рамках лицензионных соглашений.

В подтверждение изложенных доводов правообладателем представлены следующие материалы:

- копии уставных и учредительных документов, а также документов по правопреемству [18];

- фотография крышечки бутылки [19];

- справка ЗАО «ВКЗ Дагвино» (дата отсутствует) [20];

- распечатки из сети Интернет [21];

- копии страниц технологических инструкций, 1998, 2003, 2008, 2011 [22];

- фотографии производства (бочки, чаны) [23];

- копии материалов по товарным знакам № 66763, № 216449 [24];

- копии материалов договоров: № 513 от 30.11.2004, № 03/С от 26.10.2011, № 07/С от 28.08.2008 [25];

- копии лицензий на ведение деятельности 2005, 2006, 2011 [26];

- копии актов-паспортов [27];

- копия свидетельства № 262456 [28];

- письмо Правительства Республики Дагестан от 24.10.2003 [29];

- копия страниц технологической инструкции, 197... года [30];

- лист с информацией о медалях [31];

- копии дипломов [32];

- копия справки ЗАО «ВКЗ Дагвино» по показателям выпуска (дата отсутствует) [33];

- фотографии магазинов [34];

- копии листов книг учета виноматериалов и коньяков: 1997, 1998 [35];

- распечатки заявок: № 2010705339, 2010705340, 2010705342, 2005723337 [36];

- письмо ГУП «Кизлярский коньячный завод» от 07.04.2010 [37].

На основании изложенного правообладателем выражена просьба отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №262456.

Изучив материалы дела и выслушав участников рассмотрения возражения, палата по патентным спорам сочла доводы возражения убедительными.

С учетом даты (23.11.1998) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Закон и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденных приказом Роспатента от 29.11.95, зарегистрированных в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.12.95, №989 и введенных в действие 29.02.96 (далее — Правила).

В соответствии с пунктом 2 статьи 6 Закона не допускается регистрация в качестве товарных знаков или их элементов обозначений, являющимися ложными

или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

К таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности. Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов (пункт 2.3(2.1) Правил).

Оспариваемый товарный знак представляет собой комбинированное обозначение – вертикально-ориентированную прямоугольную этикетку, в верхней части которой расположен словесный элемент «Лезгинка», выполненный оригинальным шрифтом строчными буквами русского алфавита, первая буква «Л» - заглавная. Ниже словесного элемента расположен изобразительный элемент в виде стилизованного изображения сцены праздничного гулянья в кавказском горном селении: танцующая пара, одетая в национальные костюмы, горные вершины, площадь селения, дома, музыканты, зрители. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в следующем цветовом сочетании: «бежевый, белый, желтый, золотой, коричневый, черный».

Анализ словарно-справочной литературы показал, что слово «Лезгинка» имеет в русском языке следующие значения: 1. лезгинка (женский род от лезгин, национальность), 2. кавказский танец с живым ритмом.

Приведенные значения (национальность, танец) не могут являться указанием на какой-либо географический объект. Данный вывод обусловлен тем, что лезгины могут проживать и проживают на любой территории, как и исполнение танца не привязано к какой-либо местности. В зависимости от особенностей восприятия конкретного человека, слово «Лезгинка» может вызывать у потребителей ассоциации с национальными особенностями народов Кавказа или с производимым напитком действием (весельем).

Таким образом, довод возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 2 статьи 6 Закона, как вводящего в заблуждение потребителя относительно качества товара или места производства товара, не может быть признан убедительным.

Вместе с тем, коллегия палаты по патентным спорам отмечает, что представленные документы показывают, что история коньячного завода в г. Кизляре как производителя коньяков прослеживается с 1885 года. «Кизлярский коньячный завод» позиционирует себя как производитель высококачественной продукции. В различных средствах массовой информации (издания, журналы, сеть Интернет) имеется информация о том, что коньяк (бренди) «Лезгинка» – производится «Кизлярским коньячным заводом» с 50-х годов прошлого века. Кизлярский коньяк приобретает известность с 1885 г., когда профессиональный винодел Давид Сараджев объединил несколько винокурен. Мало кто догадывался тогда, что уже через несколько десятилетий эта фактория превратится в крупнейшее производство – Кизлярский коньячный завод. Кизлярский коньячный завод производит легендарные коньяки и успешно продолжает свою историю, которая началась полтора века назад. Марочный коньяк «Лезгинка» группы КВ, приготавливаемый из коньячных спиртов среднего возраста 6-7 лет. Вырабатывается на заводе с 1965 года, коньячные материалы готовят из сортов винограда: Ркацители, Алыи терский, Кизлярский черный, выращиваемого в хозяйствах Дагестана. Известный своей выразительной этикеткой, коньяк «Лезгинка» имеет сложную, богатую структуру. Он воплотил в себя весь колорит, энергию и блеск национального танца Дагестана. «Лезгинка» обжигает, чарует и завораживает.

Материалы [12, 14] свидетельствуют о том, что коньяк «Лезгинка» имеет дипломы и награды многочисленных выставок и конкурсов, в том числе международных. При этом, в каждом дипломе или свидетельстве в качестве производителя указан «Кизлярский коньячный завод».

Из представленных документов [2-17] следует, что до даты подачи заявки № 98718465/50 производителем коньяка под обозначением «Лезгинка» выступал

«Кизлярский коньячный завод». При этом осуществлялся как собственный розлив бренди, так и передача его в бочках для бутилирования на другие предприятия отрасли, о чем свидетельствуют материалы [6] (Ленинградский, Махачкалинский, Московский винзаводы). Следует также отметить, что прежний правообладатель оспариваемого знака не отрицает, что производил именно розлив бренди производства «Кизлярского коньячного завода».

Реализация продукции осуществлялась различными магазинами: ООО «Аскарт» (Северная Осетия), ООО «БРИЗ» (Кабардино-Балкарская республика), ООО «ВХ Ростов-на-Дону» (г. Ростов-на-Дону), ООО УФ «ДАИР» (Астраханская область), ООО «Дионис» (г. Пятигорск), ООО «Рик-5» (г. Москва), ООО «Компания Септима» (г. Новосибирск) (более 100 предприятий в различных регионах России) [16]. Объемы поставок составляют, в частности, за 1981-1984 гг. 7 тыс. дал. К 2000 году объемы возросли до 30-60 тыс. дал в год (собственный розлив).

Об информированности российских потребителей о продукции «Кизлярского коньячного завода», маркированной обозначением «Лезгинка», свидетельствуют также публикации [2].

В настоящее время бренди «Лезгинка» производится, по меньшей мере, еще одним заводом - ЗАО "Вино-коньячный завод "Избербашский", однако материалы дела показывают, что до даты приоритета оспариваемого знака ГУП «Кизлярский коньячный завод» являлся единственным производителем бренди «Лезгинка». Обратное правообладателем не доказано.

Таким образом, имеются основания для вывода о том, что на дату подачи заявки № 98718465/50 комбинированное обозначение «Лезгинка» было широко известно на территории Российской Федерации как маркировка коньяка, производимого известным в России заводом ГУП «Кизлярский коньячный завод».

В связи с изложенным довод правообладателя о недостаточной информированности среднего российского потребителя о производителе коньяка (бренди) «Лезгинка» в масштабах Российской Федерации, не может быть признан обоснованным. Напротив, сведения о реальных поставках товаров под

обозначением «Лезгинка», указание данного бренди и его производителя в специализированных источниках информации и в Большой советской энциклопедии напрямую позволяют оценить известность этого обозначения российскому потребителю.

Относительно товаров 33 класса МКТУ, в отношении которых лицо, подавшее возражение, просит прекратить правовую охрану оспариваемого товарного знака, следует отметить следующее. Поскольку указанные товары и товар «бренди» относятся к алкогольной продукции и реализуются в одних магазинах, предназначены для одних и тех же целей, имеют один и тот же круг потребителей, то у потребителей могут возникнуть ассоциации о принадлежности этих товаров одному производителю.

Следует согласиться с мнением правообладателя об отсутствии в материалах возражения сведений о фактическом введении потребителей в заблуждение. Однако, многолетняя история производства до даты приоритета оспариваемого товарного знака бренди «Лезгинка» единственным производителем данной продукции (ГУП «Кизлярский коньячный завод») и большие объемы производства в дальнейшем, обуславливают высокую вероятность введения потребителей в заблуждение.

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что регистрация оспариваемого товарного знака по свидетельству № 262456 в отношении товаров 33 класса МКТУ на имя правообладателя способна ввести в заблуждение потребителя относительно производителя товаров.

Таким образом, коллегия располагает всеми основаниями для признания регистрации противоречащей требованиям пункта 2 статьи 6 Закона.

Относительно доводов правообладателя, касающихся зарегистрированного лицензионного договора, необходимо отметить, что данный договор касается другого товарного знака и не относится к существу рассматриваемого спора.

От правообладателя 02.05.2012 поступила корреспонденция от 20.04.2012, в которой изложены доводы, в основной части повторяющие отзыв правообладателя. Дополнительно приведен подробный сравнительный анализ

качественных характеристик бренди производства лица, подавшего возражение, и бренди производства правообладателя. Указано на представление лицом, подавшим возражение, фальсифицированных документов. А также сообщено, что лицо, подавшее возражение, в 2004 году уже оспаривало правомерность регистрации данного знака по тем же основаниям пункта 2 статьи 6 Закона (в удовлетворении возражения было отказано, принятие противоположного решения вызывает удивление, поскольку имеют место одни и те же нормативные критерии и рассматриваются одни и те же доказательства обеих сторон).

В отношении вышеуказанных доводов коллегия палаты по патентным спорам отмечает следующее.

Поскольку установление подлинности документов не входит в компетенцию палаты по патентным спорам, соответствующие доводы не могут быть приняты во внимание.

Кроме того, законодательство не содержит запрета на неоднократную подачу возражений одним и тем же лицом по тем же основаниям. При этом каждое возражение рассматривается в полном объеме приведенных доводов и представленных доказательств.

Остальные доводы корреспонденции от 20.04.2012 рассмотрены в тексте заключения, в связи с чем не требуют дополнительного анализа.

Учитывая вышеизложенное, коллегия палаты по патентным спорам пришла к выводу:

удовлетворить возражение от 21.02.2012, признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 262456 полностью.