

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 08.04.2014, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Интел», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2012715631, при этом установила следующее.

Обозначение по заявке № 2012715631 с приоритетом от 15.05.2012 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 32 и 33 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), приведенных в перечне заявки.

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита в три строки.

Роспатентом принято решение от 21.01.2014 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2012715631 в отношении всех заявленных товаров.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть

зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что заявленное обозначение содержит словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ», указывающий на место нахождение изготовителя товаров (пункт 1 статьи 1483 Кодекса), в связи с чем регистрация заявленного обозначения на имя заявителя, находящегося в Москве, будет вводить потребителей в заблуждение относительно места происхождения товаров и места нахождение изготовителя товаров (пункт 3 статьи 1483 Кодекса).

В заключении также указано, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с комбинированными товарными знаками со словесным элементом «ВЛАДИМИРСКАЯ», зарегистрированными на имя ОАО «ВЛАДАЛКО», 600020, г. Владимир, ул. Большая Нижегородская, 62 (свидетельство № 124930, дата приоритета 27.04.1993; свидетельство № 456212, дата приоритета 30.03.2011).

В возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента от 21.01.2014. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявитель заключил с компанией-производителем ОАО «ВЛАДАЛКО» (600020, г. Владимир, ул. Б. Нижегородская, 62) соглашение от 5 февраля 2014 г. о производстве алкогольной продукции под обозначением «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ»;

- изучение товарного сектора, потребительского спроса, разработка авторской легенды, образа продукта, включая дизайн-макет этикеток и упаковки, составление ассортиментной линейки, определение характеристик продукции, проведение иных мероприятий, необходимых для запуска производства, а также выбор дистрибьютора и продвижение товара осуществляются заявителем;

- продукция находится в стадии создания: заявителем определен вид алкогольной продукции – водка, разрабатываются дизайн-макеты этикеток и бутылок, уточняются характеристики алкогольной продукции;

- законодательством не указывается, что правообладатель товарного знака должен быть производителем товаров или лицом, непосредственно оказывающим услуги, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован;

- заявитель вправе самостоятельно определять производителя для своего товара, оформляя с ним соответствующее соглашение на размещение заказа;

- алкогольная продукция под словесным обозначением «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ» будет производиться по заказу ООО «Интел» на территории г. Владимир производителем ОАО «ВЛАДАЛКО» и ассоциации потребителей о месте происхождения товаров и месте нахождения производителя будут соответствовать действительности;

- согласно статьям 9 и 10 Федерального закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 02.07.2013) «О защите прав потребителей» на контрэтикетке алкогольной продукции, маркированной обозначением «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ», в обязательном порядке будет указано место производства товара, а также все необходимые сведения о производителе, поэтому потребитель будет полностью осведомлен о месте происхождения товара, о его изготовителе и не будет введен в заблуждение;

- заявитель получил письмо-согласие от ОАО «ВЛАДАЛКО», правообладателя комбинированных товарных знаков со словесным элементом «ВЛАДИМИРСКАЯ» по свидетельствам №№ 124930, 456212, выражающее согласие ОАО «ВЛАДАЛКО» на регистрацию словесного обозначения «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ» в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ на имя заявителя.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 21.01.2014 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака для товаров 32 и 33 классов МКТУ на имя заявителя.

К возражению приложены следующие материалы:

- копия реестра исходящей корреспонденции [1];
- копия уведомления экспертизы [2];
- копия решения об отказе в государственной регистрации от 21.01.2014 [3];
- копия соглашения о производимой продукции № 13/2014 от 05.02.2014 [4];
- нотариально заверенная копия письма-согласия от 05.02.2014 [5].

Дополнительно, руководствуясь пунктом 4.8 Правил ППС, коллегией палаты по патентным спорам было указано заявителю на обстоятельства, отсутствующие в решении Роспатента от 21.01.2014, а именно: регистрация товарного знака по заявке № 2012715631 на имя заявителя способна ввести потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров, а следовательно, противоречит требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

В отношении указанных мотивов заявитель представил следующие доводы:

- кроме тождества элемента «ВЛАДИМИРСКАЯ» сравниваемые обозначения значительно отличаются друг от друга по фонетическому, графическому и семантическому признакам;

- заявленное обозначение характеризуется достаточно продолжительным звучанием из-за наличия существенного количества различных звуков, товарные знаки ОАО «ВЛАДАЛКО» содержат одно слово «ВЛАДИМИРСКАЯ»;

- потребитель будет обращать внимание, запоминать главные, ключевые элементы, а именно начало обозначения – фразу «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ»;

- заявленное обозначение воспринимается как единое целое, а противопоставленные комбинированные товарные знаки характеризуются оригинальностью исполнения этикетки, ярким цветовым решением;

- в основу легенды данной марки была положена история нашего государства, знакомая каждому: Рюриковичи – первая династия великих русских князей и, позднее, царей, потомки варяга Рюрика, князь Андрей Боголюбский оставил неизгладимый след в русской истории, а его жизнь тесно связана с городом Владимиром, который он сделал политическим центром государства;

- в заявленном обозначении элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ» относится к общей композиции обозначения, поэтому нельзя однозначно установить, что потребитель будет ассоциировать элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ» в заявленном обозначении именно с местом происхождения товара;

- заявитель согласен, что слово «ВЛАДИМИРСКАЯ» может восприниматься как некая характеристика, какая-то связь с городом Владимир или Владимирской

областью, однако, в заявленном обозначении словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ» расположен внизу, не занимает доминирующего положения;

- элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ», хотя явно и не является описательным, может быть воспринят потребителями как описательный, то есть как указывающий на место производства товаров (г. Владимир, Владимирская область);

- видя словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ» на продукции, потребитель не сможет сделать однозначный вывод о том, кто является изготовителем продукции, он лишь сможет заключить, что продукция либо производится на территории города Владимира или Владимирской области, либо тесно связана с ними;

- с точки зрения рядового потребителя, и во Владимире и во Владимирской области может существовать производство алкогольной продукции, при этом производителей алкогольной продукции может быть несколько;

- любая продукция с территории Владимирской области может называться Владимирская;

- элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ» нельзя признать фантазийным и оригинальным, он обладает сниженной различительной способностью и не воспринимается как индивидуализирующий товар;

- чтобы быть введенным в заблуждение относительно изготовителя товаров – ОАО «ВЛАДАЛКО», потребитель должен, как минимум, знать продукцию ОАО «ВЛАДАЛКО», а также знать самого производителя;

- продукция ОАО «ВЛАДАЛКО», а также сам производитель являются неизвестными для российского потребителя, следовательно, потребитель не будет введен в заблуждение в отношении изготовителя товаров (доля завода на алкогольном рынке составляла в 2010 – 2011 г. менее 0,5 %);

- для продукции ОАО «ВЛАДАЛКО» не характерен единый оригинальный образ продукта, также не существует легенды продукта, которые отличали бы продукцию данного производителя от всей остальной алкогольной продукции;

- ОАО «ВЛАДАЛКО» (<http://www.vladalco.ru/>) с названием «ВЛАДИМИРСКАЯ» производит горькую настойку и сладкую настойку, на этикетках которых словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ» теряется, его сложно

прочитать из-за оригинального шрифта, визуально доминирует изобразительный элемент;

- словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ» имеется только в названии настоек, которые являются значительно менее популярным напитком по сравнению с водкой, коньяком и винами;

- большинству потребителей не известно название «ВЛАДИМИРСКАЯ» продукции ОАО «ВЛАДАЛКО», поскольку информация о продукте существует исключительно на сайте производителя;

- водка «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ» будет продолжением уже хорошо известной по всей стране линейки марки «РЮРИКОВИЧЬ» (товарный знак по свидетельству № 349353);

- водку «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ» потребитель будет связывать именно с хорошо известной ему продукцией заявителя «РЮРИКОВИЧЬ», а не с продукцией ОАО «ВЛАДАЛКО»;

- потребитель не будет введен в заблуждение в отношении изготовителя товаров, так как продукция вызывает совершенно разные ассоциации, а компания ОАО «ВЛАДАЛКО» выразила свое согласие на регистрацию обозначения «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ» на имя заявителя, следовательно, сам производитель не усматривает для себя негативных последствий в случае регистрации заявленного обозначения на имя заявителя;

- при этом ОАО «ВЛАДАЛКО» по соглашению обязуется не регистрировать обозначения, сходные до степени смешения с заявленным обозначением в отношении однородных товаров.

С учетом изложенного заявитель просит зарегистрировать обозначение «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ» на имя ООО «Интел» в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ.

Дополнительно заявителем представлены следующие материалы:

- информация о князе Андрее Боголюбском [6];
- информация об экономике Владимирской области и г. Владимира [7];
- результаты поиска в сети Интернет алкогольной продукции «Владимирская» [8];

- перечень оригинальных названий для алкогольной продукции [9];
- перечень известных производителей алкогольной продукции в России [10];
- перечень популярных брендов алкогольной продукции [11];
- таблица из статьи «Хроника кризиса и общие показатели алкогольного рынка России» В. Дробиз, Центр «ЦИФРРА» [12];
- перечень дистрибьюторов крепких алкогольных напитков [13];
- выдержка из ГОСТ Р 52190-2003 «Водки и изделия ликероводочные» [14];
- выдержка из статистического сборника «Основные показатели, характеризующие рынок алкогольной продукции в 2011-2013 гг.» [15];
- информация о возможности покупки настойки «Владимирская» [16];
- копии лицензионного договора заявителя с ОАО «ЛВЗ «Ярославский», товарно-транспортных накладных, справки о географии продаж и о дистрибьюторской сети [17].

Изучив материалы дела и заслушав лиц, участвовавших в рассмотрении возражения, коллегия палаты по патентным спорам считает доводы возражения необоснованными.

С учетом даты (15.05.2012) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента № 32 от 05.03.2003, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный № 4322, вступившие в силу 10.05.2003 (далее – Правила), действующие в части, не противоречащей Кодексу.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Положения настоящего пункта не применяются в отношении обозначений, которые приобрели различительную способность в результате их использования.

Согласно подпункту 2.3.2.3 Правил к обозначениям, состоящим только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также время, место, способ производства или сбыт, относятся, в частности, простые наименования товаров; обозначения категории качества товаров; указание свойств товаров (в том числе носящие хвалебный характер); указания материала или состава сырья; указания веса, объема, цены товаров; даты производства товаров; данные по истории создания производства; видовые наименования предприятий; адреса изготовителей товаров и посреднических фирм; обозначения, состоящие частично или полностью из географических названий, которые могут быть восприняты как указания на место нахождения изготовителя товара.

Элементы, указанные в подпунктах 2.3.2.1, 2.3.2.2, 2.3.2.3 и 2.3.2.4 Правил, могут быть включены как неохраняемые элементы в товарный знак, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Положения, предусмотренные в подпунктах 2.3.2.1, 2.3.2.2, 2.3.2.3 и 2.3.2.4 Правил, не применяются в отношении обозначений, которые приобрели различительную способность в результате их использования для конкретных товаров.

Доказательства приобретения обозначением различительной способности представляются заявителем. К таким доказательствам, в частности, относятся сведения о длительности использования обозначения, об интенсивности его использования и т.д.

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

Согласно подпункту 2.5.1 Правил 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 ложными или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с требованиями пункта 14.4.2 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с требованиями пункта 14.4.2.4 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

В соответствии с пунктом 14.4.2.2 Правил сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) и определяется на основе совпадения признаков, изложенных в пункте 14.4.2.2 (подпункты (а) – (в)) Правил.

Признаки, перечисленные в подпунктах (а) – (в) пункта 14.4.2.2 Правил, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (см. подпункт (г) пункта 14.4.2.2 Правил).

В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров учитывается принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. При этом принимаются во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из

которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

Как указано выше, на регистрацию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита в три строки. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ, перечисленных в заявке.

В заключении экспертизы, на основании которого принято оспариваемое решение, указано, что заявленное обозначение не соответствует требованиям, установленным пунктами 1, 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

В отношении вывода экспертизы о введении заявленным обозначением потребителей в заблуждение относительно места происхождения товаров и места нахождения изготовителя товаров, ввиду наличия в нем указывающего на место нахождения изготовителя товаров словесного элемента «ВЛАДИМИРСКАЯ» (пункты 1 и 3 статьи 1483 Кодекса), коллегией установлено следующее.

Словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ», входящий в состав обозначения, в силу своего значения (Владимирская – прилагательное, образованное от названия города Владимир) действительно способен вызвать у потребителя представление о том, что товар, маркированный этим обозначением, происходит из упомянутой местности (г. Владимир или Владимирская область). В связи с тем, что заявителем является московская компания, доводы экспертизы следует признать правомерными.

Вместе с тем, согласно возражению, заявитель будет выступать только владельцем знаков, в то время как производство алкогольной продукции под обозначением «РЮРИКОВИЧЬ КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ ВЛАДИМИРСКАЯ» планируется осуществлять под контролем заявителя по соглашению [4] с заводом, находящимся в г. Владимире.

Таким образом, в отношении части заявленных товаров, относящихся к алкогольной продукции, при соответствии действительности представлений о месте

их производства в приведенной экспертизой мотивировке положения пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса не применимы.

В отношении безалкогольной продукции заявителем не представлено подобных аргументов, в связи с чем для части товаров 32 класса МКТУ отсутствуют основания для изменения вывода экспертизы о несоответствии заявленного обозначения пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

В заключении экспертизы заявленному обозначению противопоставлены товарные знаки по свидетельствам №№ 124930 и 456212, принадлежащие ОАО «ВЛАДАЛКО», г. Владимир.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 124930 представляет собой комбинированное обозначение – этикетку, центральное положение в которой занимает словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ», выполненный буквами русского алфавита в три строки (ВЛАДИ·, МИР·, СКАЯ). Над словесным элементом расположено стилизованное изображение Золотых ворот, являющихся известным памятником древнерусской архитектуры, построенных в 1164 году при владимирском князе Андрее Боголюбском, (статья «Золотые ворота (Владимир)» <http://ru.wikipedia.org/wiki/>). В нижней части обозначения расположены неохраняемые словесные и цифровые элементы («ГОРЬКАЯ НАСТОЙКА», «КРЕПОСТЬ 40 %» и др.), выполненные мелким шрифтом. Правовая охрана данного товарного знака действует в отношении товара 33 класса МКТУ «горькая настойка» в черном, красном, белом и бронзовом цветовом сочетании.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 456212 представляет собой комбинированное обозначение – этикетку, центральное положение в которой занимает словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ», выполненный заглавными буквами русского алфавита. В верхней и нижней частях этикетки выполнены изобразительные элементы в виде гербов, вокруг которых расположены словесные элементы «ВЛАД АЛКО», «г. Владимир», «100 лет заводу ВЛАДАЛКО». Правовая охрана данного товарного знака действует в отношении

товаров 33 класса МКТУ «алкогольные напитки (за исключением пива)» в красном, белом, черном, бронзовом и желтом цветовом сочетании.

Что касается однородности товаров, в отношении которых испрашивается регистрация заявленного обозначения, и товаров, для которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки, то все заявленные товары 33 класса МКТУ и товар «пиво» 32 класса МКТУ являются однородными товарам 33 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрированы товарные знаки по свидетельствам №№ 124930 и 456212, поскольку относятся к одной и той же родовой группе товаров – «алкогольная продукция», имеют общие признаки родовой группы, такие как назначение, круг потребителей, условия реализации.

Остальные заявленные товары 32 класса МКТУ не однородны товарам, приведенным в перечнях противопоставленных регистраций, так как имеют разный круг потребителей и условия реализации.

Анализ сходства заявленного обозначения и товарных знаков по свидетельствам №№ 124930 и 456212 показал следующее.

В товарных знаках по свидетельствам №№ 124930 и 456212 основным, доминирующим элементом является словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ», поскольку он занимает значительную площадь этикеток, акцентирует на себе внимание покупателей в первую очередь, в силу чего несет основную индивидуализирующую нагрузку в противопоставленных знаках.

Спорное обозначение графически и грамматически состоит из трех частей «РЮРИКОВИЧЪ», «КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ» и «ВЛАДИМИРСКАЯ». При этом только первые две части связаны между собой логически и грамматически. В силу указанных обстоятельств элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ» воспринимается как независимый элемент обозначения.

Таким образом, основной индивидуализирующий элемент противопоставленных товарных знаков – словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ» – полностью входит в заявленное обозначение в качестве самостоятельного элемента, что обеспечивает сходство сравниваемых знаков по фонетическому, смысловому и визуальному признакам сходства.

Изложенное выше приводит к ассоциированию сопоставляемых обозначений друг с другом в целом и, следовательно, к выводу об их сходстве до степени смешения в отношении всех товаров 33 класса МКТУ и товаров 32 классов МКТУ «пиво».

В отношении довода заявителя о том, что элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ» обладает сниженной различительной способностью и поэтому в противопоставленных товарных знаках не воспринимается как индивидуализирующий элемент, коллегия отмечает следующее.

Как указано выше, словесный элемент «ВЛАДИМИРСКАЯ», действительно, способен вызвать представления о происхождении товаров.

Вместе с тем согласно сведениям сети Интернет (<http://www.vladalco.ru>, статья «Владимир (город)» <http://ru.wikipedia.org/wiki/>, <http://www.vladimir-catalog.ru/shop/vladalko-36914/>), материалам [7], завод ОАО «ВЛАДАЛКО» является одним из основных и старейших промышленных предприятий города Владимира, выпустившим свою первую продукцию в 1901 году, имеет собственную сеть магазинов, реализует продукцию, в основном, в своем регионе (во Владимирской области). При этом предприятие производит широкую линейку алкогольной продукции, значительный объем которой приходится на водку «Владимирская» (и «Владимирская юбилейная», производимую заводом с 1995 года) (см. публикуемые предприятием годовые отчеты ОАО «ВЛАДАЛКО», в частности за 2008 и 2010 годы, а также сведения сети Интернет).

Таким образом, обозначение «ВЛАДИМИРСКАЯ» используется предприятием при маркировке различной алкогольной продукции (настойки, водки), в связи с чем данный словесный элемент для алкогольной продукции приобрел известность и устойчивую взаимосвязь с правообладателем противопоставленных товарных знаков.

Выход на рынок нового обозначения с использованием данного словесного элемента и принадлежащего иному лицу способен ввести потребителей в заблуждение, поскольку однородная продукция, индивидуализируемая с

использованием тождественного словесного элемента, в действительности будет исходить из разных коммерческих источников.

Следовательно, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано на имя заявителя на основании пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

С учетом изложенного, представленное заявителем письмо-согласие [5] от правообладателя товарных знаков по свидетельствам №№ 124930 и 456212 не меняет вывода о несоответствии заявленного обозначения пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса, так как включение в состав сопоставляемых знаков одного и того же словесного элемента «ВЛАДИМИРСКАЯ» способно привести к их смешению в гражданском обороте. При этом введение в заблуждение потребителя обусловлено восприятием знаков как таковых, поскольку до потребителей не доводится информация об имеющихся между юридическими лицами договоренностях.

Представленные заявителем материалы [17] не опровергают доводы о возможности введения российского потребителя в заблуждение, а также не подтверждают, что заявленное обозначение вызывает устойчивую связь с заявителем или воспринимается как обозначение производимых им товаров. Кроме того, эти документы не соотносятся с заявленным обозначением и его приоритетом согласно заявке № 2012715631.

Наличие зарегистрированных на имя заявителя товарных знаков «РЮРИКОВИЧЬ» и «КНЯЗЬ АНДРЕЙ БОГОЛЮБСКИЙ» по свидетельствам №№ 349353, 490641 не меняет выводов о невозможности регистрации на имя заявителя обозначения, включающего основной элемент «чужих» товарных знаков.

Учитывая изложенное, коллегия палаты по патентным спорам пришла к следующему выводу:

отказать в удовлетворении возражения от 08.04.2014, изменить решение Роспатента от 21.01.2014 и отказать в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2012715631 с учетом дополнительных обстоятельств.