

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 20.05.2013, поданное ООО «Новосилквэй», Россия (далее - лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 456950, при этом установила следующее.

Оспариваемый словесный товарный знак «АЛЬПИЙСКОЕ» по заявке № 2011706831 с приоритетом от 11.03.2011 зарегистрирован 20.03.2013 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 456950 на имя компании «БРАУ-ЮНИОН Остеррайх Акциенгезельшафт», Австрия (далее – правообладатель) в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства. Срок действия регистрации – до 11.03.2021.

В поступившем 21.05.2013 в палату по патентным спорам возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 456950 товарного знака произведена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- слово «АЛЬПИЙСКОЕ» является прилагательным среднего рода, оно имеет значение «1. *Прил.* к Альпы. 2. Высокогорный», следовательно, оно характеризует товары, а именно место их производства;

- в случае, если товары производятся не в Альпах или иной высокогорной местности, слово «АЛЬПИЙСКОЕ» будет являться ложным;

- следует отметить, что регистрация товарного знака в отношении товаров, которые обозначены существительными мужского и женского рода (а именно: 32 - минеральные и газированные воды; фруктовые соки; сиропы и прочие составы для изготовления напитков. 33 - арак; бренди; водка; джин; ликеры; напиток медовый; настойка мятная; ром; сидры; спирт рисовый) будет вводить потребителя в заблуждение относительно товара, т.к. словосочетания наподобие «альпийское сок», «альпийское вода», «альпийское водка» и т.д. противоречат правилам русского языка;

- заинтересованность лица, подавшего возражение, обуславливается намерением производить товары, соответствующие 32 и 33 классам МКТУ, и маркировать их обозначением, сходным с оспариваемым товарным знаком. Данная деятельность соответствует положениям Устава, в котором указано что заявитель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, если они не запрещены законодательством.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 456950 полностью.

Правообладатель товарного знака по свидетельству № 456950, в установленном порядке ознакомленный с материалами возражения, на заседании коллегии, состоявшемся 10.10.2013, представил отзыв по мотивам возражения, доводы которого сводятся к следующему:

- в обоснование заинтересованности ООО "Новосилквэй" в признании недействительным предоставления правовой охраны оспариваемому знаку в возражении приведено лишь утверждение о наличии намерения производить товары 32 и 33 классов МКТУ, маркируемые сходным с оспариваемым товарным знаком обозначением. При этом, документальное подтверждение реальности такого намерения, в возражении отсутствует. Следовательно, лицо, подавшее возражение, является незаинтересованным;

- можно утверждать, что обозначение "АЛЬПИЙСКОЕ", являющееся производным от географического названия горной системы Западной Европы "Альпы", воспринимается потребителем в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ из перечня регистрации оспариваемого знака, не как описательное, а как фантазийное. Аналогичные примеры фантазийных в отношении товаров обозначений приведены в пункте 2.4 Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений", утвержденных приказом Роспатента от 23 марта 2001 г. № 39, в редакции от 6 июля 2001 г.: "Казбек" для товара "чай", "Эверест" для товара "кондитерские изделия", "Каспий" в отношении товара "сигареты", "Карпаты" в отношении товара "телевизоры", "Урал" в отношении товара "пылесосы";

- к числу географических названий, которые часто воспринимаются как указания на место производства или сбыта товара и нахождения изготовителя, пункт 2.4 Рекомендаций в первую очередь относит названия городов. Однако, очевидно, что слово "АЛЬПИЙСКОЕ" таковым не является. Другое значение слова "АЛЬПИЙСКОЕ" - "высокогорное", очевидно, также является фантазийным в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ;

- обозначение "АЛЬПИЙСКОЕ", как производное от географического названия горной системы Западной Европы "Альпы", в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ является фантазийным - следовательно, оно не может быть признано ложным. В отношении другого значения слова "АЛЬПИЙСКОЕ" - "высокогорное" - следует отметить, что в указанном значении данное слово употребляется в ограниченном количестве устойчивых словосочетаний (например, "альпийский пояс", "альпийские растения", "альпийские луга"), в силу чего наличие данного значения не может служить основанием для признания обозначения "АЛЬПИЙСКОЕ" ложным;

- в возражении не указано, каким образом отсутствие согласования родов существительного и прилагательного (если оно будет иметь место) может породить в сознании потребителя не соответствующие действительности представления;

- в случае возникновения у потребителя при восприятии обозначения

"АЛЬПИЙСКОЕ" ассоциаций или рассуждений, связанных с местом производства маркированных данным обозначением товаров (в Западной Европе, поблизости от Альп), такие представления потребителя не будут являться несоответствующими действительности. Правообладатель товарного знака "АЛЬПИЙСКОЕ" по свидетельству № 456950 имеет место нахождения в городе Линц, являющемся столицей и крупнейшим городом федеральной земли на севере Австрии "Верхняя Австрия", южную часть которой составляют Восточные Альпы.

Учитывая вышеизложенное, правообладатель просит оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 456950.

В подтверждение изложенных доводов правообладателем представлены распечатки из сети Интернет [1].

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, палата по патентным спорам находит доводы возражения неубедительными.

С учетом даты приоритета оспариваемого товарного знака (11.03.2011) правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003 №32, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, рег. №4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее - Правила).

В соответствии с требованиями пункта 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, способ производства или сбыта.

Согласно пункту 2.3.1.5 Правил к обозначениям, характеризующим товар, 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.

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

В соответствии с пунктом 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.

Оспариваемый товарный знак «АЛЬПИЙСКОЕ» выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Коллегия палаты по патентным спорам отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано в палату по патентным спорам заинтересованным лицом.

В отзыве правообладателем указано на отсутствие обоснования заинтересованности лица, подавшего возражение, в его подаче.

Действительно, в возражении присутствуют декларативные доводы по данному вопросу, не представлено ни одного документа, которые могли бы подтвердить намерения лица, подавшего возражение, производить товары, соответствующие 32 и 33 классам МКТУ, и маркировать их обозначением, сходным с оспариваемым товарным знаком.

Также, не представляется возможным установить, что предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 456950 препятствует

осуществлению деятельности или нарушает каким-либо другим образом права и охраняемые законом интересы лица, подавшего возражение.

Таким образом, в распоряжение коллегии палаты по патентным спорам не представлены материалы, на основании которых ООО «Новосилквэй» могло быть признано заинтересованным лицом в подаче возражения от 20.05.2013.

По существу доводов возражения установлено следующее.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса показал, что согласно общедоступным словарно-справочным изданиям слово «АЛЬПИЙСКОЕ» является лексической единицей русского языка и означает: 1) прил. к Альпы; 2) высокогорный, свойственный высоким горным местностям (альпийская роза, альпийские луга и т.д.).

С учетом семантики обозначения «АЛЬПИЙСКОЕ» коллегия палаты по патентным спорам пришла к выводу о том, что для товаров, относящихся к алкогольным и безалкогольным напиткам, данное обозначение не является характеристикой, указывающей на место их производства, по следующим причинам.

Такие обозначения, относящиеся к области географии, как названия гор, горных систем, рек, морей и других водоемов не могут восприниматься в качестве конкретного места производства товара, в связи с чем не могут выполнять функцию описательного обозначения, указывающего на место производства товаров, они воспринимаются как фантазийные, и, следовательно, названия гор, горных систем и водоемов, а также производные от них могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков (например, Урал, Казбек, Волга и др.).

Изложенное обуславливает вывод о том, что отсутствуют основания утверждать, что слово «АЛЬПИЙСКОЕ» прямо указывает на место производства рассматриваемых товаров 32 и 33 классов МКТУ, и соответствующий довод возражения не может быть признан убедительным.

Учитывая изложенное, коллегия палаты по патентным спорам считает, что, поскольку слово «АЛЬПИЙСКОЕ» не является прямой характеристикой товаров 32 и 33 классов МКТУ, и обладает фантазийностью, достаточной для выполнения

индивидуализирующей функции, то в силу отмеченных обстоятельств отсутствуют основания для вывода о ложности или возможности введения потребителя в заблуждение относительно товара (пункт 3 статьи 1483 Кодекса).

При этом, коллегия палаты по патентным спорам отмечает, что правообладатель оспариваемого товарного знака имеет место нахождения в городе Линц, являющемся столицей и крупнейшим городом федеральной земли на севере Австрии "Верхняя Австрия", южную часть которой составляют Восточные Альпы, что делает выбранное правообладателем обозначение географически мотивированным, что еще более ослабляет возможность восприятия оспариваемого знака ложным или способным ввести потребителя в заблуждение.

Что касается довода лица, подавшего возражение, о возможности введения потребителя в заблуждение относительно товара в связи с нарушением правил русского языка в словосочетаниях «альпийское сок», «альпийское вода», «альпийское водка» и т.д., то данный довод не может быть признан убедительным в силу следующего.

При проверке охраноспособности оспариваемого знака коллегия палаты по патентным спорам исходила из самого обозначения, в котором присутствует лишь один элемент – «АЛЬПИЙСКОЕ», написание которого не нарушает правила орфографии русского языка.

В возражении отсутствуют пояснения к доводу о том, каким образом оспариваемый товарный знак способен в принципе вводить потребителя в заблуждение в отношении товаров, обозначенных словами мужского и женского рода или множественного числа. Что касается реального использования оспариваемого товарного знака в отношении вышеназванных товаров, то этот вопрос не является предметом рассмотрения возражения. Кроме того, следует отметить, что не является обязательным использование словесного товарного знака в грамматической связи с наименованием товара при его маркировке.

Оценивая все обстоятельства в совокупности, коллегия палаты по патентным спорам считает, что основания для признания товарного знака по свидетельству

№ 456950 несоответствующим требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса в отношении рассматриваемых товаров 32 и 33 классов МКТУ отсутствуют.

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

отказать в удовлетворении возражения от 20.05.2013, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 456950.