

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утверждёнными 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 возражение, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (Роспатент) 26.11.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Маргарита 9», Москва (далее – заявитель), на решение Роспатента о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023748169, при этом установлено следующее.

МАРГАРИТА
ЛЮБИТ
КЬЯНТИ

Словесное обозначение « **МАРГАРИТА ЛЮБИТ КЬЯНТИ** » по заявке № 2023748169 с датой поступления от 04.06.2023 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака (знака обслуживания) на имя заявителя в отношении услуг 39 и 43 классов Международной классификации товаров и услуг (МКТУ), указанных в заявке.

Роспатентом 30.07.2024 принято решение о государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания) по заявке № 2023748169 для части заявленных услуг 39, 43 классов МКТУ и об отказе в отношении иной части заявленных услуг 39, 43 классов МКТУ. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что в силу семантического значения входящего в состав заявленного обозначения словесного элемента «Кьянти» ((итал. Chianti) – итальянское сухое красное вино, производимое в регионе Тоскана на основе винограда сорта Санджовезе (не менее 80 %) – см. Интернет <https://kartaslov.ru/>), заявленное обозначение способно вызвать у потребителя ассоциации о месте оказания услуг, которые не соответствуют действительности. Поскольку заявитель находится в г. Москве, то заявленное обозначение не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса, так как способно ввести потребителя в заблуждение относительно места нахождения заявителя и / или места оказания части заявленных услуг 39 класса МКТУ («аренда электрических винных погребов; бронирование билетов для путешествий; бронирование путешествий; организация круизов; организация пассажирских перевозок для третьих лиц через онлайн-приложение; организация перевозок по туристическим маршрутам; оформление туристических виз и проездных документов для лиц, выезжающих за границу; перевозка путешественников; сервисы по совместному использованию автомобилей; сопровождение путешественников; услуги водного прогулочного транспорта; услуги транспортные для экскурсий») и части заявленных услуг 43 класса МКТУ («аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда кухонных раковин; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги закусочных; услуги кафе; услуги кафетериев; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос»).

В Роспатент 26.11.2024 поступило возражение, основные доводы которого сводятся к следующему:

- семантическое значение заявленной фразы истолковано ошибочно, так как «Маргарита» обозначает лицо, о котором идёт речь, «Любит» выражает действие,

которое совершает это лицо, а «Кьянти» обозначает то, что любит Маргарита (речь идёт о Маргарите, которая любит вино из местечка Кьянти);

- семантическое значение словосочетания в целом, а не отдельных слов, образующих его, несёт определённую смысловую нагрузку, и именно она должна оцениваться;

- с момента открытия ресторана под данным обозначением (<https://rita.rest/>) только за 2023 год было оказано услуг на сумму около 3 млн. рублей;

- помимо исконно итальянского винограда сорта «санджовезе», составляющего основу Кьянти, культивируемого на протяжении тысячелетия, в микроне также выращивают зелень, овощи и фрукты (<https://mktravelclub.ru/blogs/toskana-italija-kolybel-geniev-i-koroleva-krasnogo-vina>);

- в заявленном перечне нет товаров «вина», и нет вообще никаких товаров;

- вино «Кьянти» продаётся по всему миру, в том числе в Москве, поэтому не ясно, почему оно должно «вызвать у потребителя ассоциации о месте оказания услуг»;

- любить вино «Кьянти» возможно в любой точке мира (в Москве, в Париже, в Пекине и т.п.), а не только в Италии;

- в контексте заявленного обозначения Маргарита не производит, не выращивает, не разливает вино «Кьянти», она его просто любит, как она может любить суши, пиццу, харчо и другие продукты;

- не приведено ни единого доказательства возможного ассоциирования фразы «Маргарита любит Кьянти» с местом оказания услуг;

- заявитель полагает аналогичной рассматриваемую ситуацию со случаем спора в отношении обозначения «Хот-тур» (№ СИП- 432/2020);

- заявитель также выявил регистрации товарных знаков со словесными элементами «Toscana gril», «Bottega Toscana» «Порто Италияно Porto Italiano», «San Porto», «Porto Novi», «Я люблю суши», «Люблю пиццу», «Люблю харчо» и другие, полагая аналогичность ситуации;

- заявленное обозначение подлежит охране, в связи с чем следует применить тот же подход к рассмотрению заявленного обозначения, как и в случае с аналогичными знаками, указанными выше.

Учитывая все вышеизложенное, заявитель просит изменить решение от 30.07.2024 о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023748169 для части заявленных услуг и вынести решение о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для всех заявленных услуг 39 и 43 классов МКТУ: как минимум, с исключением из правовой охраны слова «Кьянти», как максимум, без указания о дискламации.

Заявителем в подтверждение своей позиции представлены следующие материалы:

1. Сведение о зарегистрированных товарных знаках иных лиц.
2. Скриншот с сайта.
3. Меню ресторана.
4. Сведения о финансовых показателях заявителя за 2023 год.
5. Копия решения Суда по интеллектуальным правам от 01.10.2020 по делу № СИП-432/2020.
6. Распечатки с сайтов <https://mktravelclub.ru>, <https://en.wikipedia.org>.
7. Копия справки о домене «RITA.REST».
8. Копия договора аренды от 01.04.2023 в отношении помещения для размещения ресторана.
9. Копия решения о выдаче лицензии на розничную продажу алкогольной продукции.

На заседании 27.01.2025 коллегией на основании пункта 45 Правил ППС указаны новые мотивы несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 5 статьи 1483 Кодекса. Сведения о том, что наименование «Кьянти» в соответствующем качестве поставлено под охрану в государстве – участнике международного Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС), приложены к протоколу заседания от 27.01.2025 (распечатка из базы данных Всемирной Организации интеллектуальной

собственности (ВОИС) в отношении наименований «Chianti», «Chianti Classico» с автоматизированным переводом на русский язык). В связи с новыми мотивами заявителю предоставлена возможность представить свое мнение.

Корреспонденцией, поступившей 14.03.2025, заявитель представил дополнительные аргументы и просил о приобщении дополнительных материалов к возражению.

Так, заявитель отметил, что положения пункта 5 статьи 1483 Кодекса относятся к товарам «вина», если они не происходят с территории «зоны Кьянти, расположенной в центральном регионе Тосканы, являющейся крупнейшим винодельческим регионом Тосканы и производящей более восьми миллионов

МАРГАРИТА
ЛЮБИТ
КЬЯНТИ

бутылок в год», в то время как обозначение « » заявлено для услуг 39 и 43 классов МКТУ, причём для части услуг уже принято решение о регистрации товарного знака (знака обслуживания).

Заявитель счёл важным то, что в отношении наименований «Chianti», «Chianti Classico», зарегистрированных в качестве географических указаний №№АО 1013, АО 1059, предоставление правовой охраны на территории Российской Федерации не испрашивалось (не уплачен соответствующий сбор), – это исключает применение положений пункта 7 статьи 1483 Кодекса.

Заявитель повторно обратил внимание на иные товарные знаки, зарегистрированные для аналогичных услуг 39 и 43 классов МКТУ, в том числе при наличии в базе данных ВОИС сведений о сходных географических указаниях (приведён пример с обозначением «Porto»).

На основании изложенного заявитель просит изменить решение от 30.07.2024 о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023748169 и вынести решение о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для всех заявленных услуг 39 и 43 классов МКТУ.

Дополнительно заявителем представлены следующие материалы:

10. Уведомление о присоединении Российской Федерации к Женевскому акту Лиссабонского соглашения.

11. Автоматизированный перевод на русский язык сведений из базы данных ВОИС в отношении наименований «Chianti», «Chianti Classico».

12. Сведения о товарных знаках иных лиц.

13. Автоматизированный перевод на русский язык сведений из базы данных ВОИС в отношении наименования «Porto».

14. Сведения из единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ) в отношении заявителя.

15. Распечатка с сайта <https://ru.wikipedia.org>.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учётом даты (04.06.2023) подачи заявки № 2023748169 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утверждённые приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015 за № 38572 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 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 пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определённом качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

Согласно пункту 5 статьи 1483 Кодекса в соответствии с международным договором Российской Федерации не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, которые охраняются в одном из государств – участников этого международного договора в качестве обозначений, позволяющих идентифицировать вина или спиртные напитки как происходящие с его территории (производимые в границах географического объекта этого государства) и имеющие особое качество, репутацию или другие характеристики, которые главным образом определяются их происхождением, если товарный знак предназначен для обозначения вин или спиртных напитков, не происходящих с территории данного географического объекта.

Согласно пунктам 1 и 2 статьи 23 Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) каждый член предусматривает правовые меры для заинтересованных сторон для предотвращения использования географического указания, идентифицирующего вина, для вин, не происходящих из того места, которое названо в географическом указании, или идентифицирующего крепкие спиртные напитки, для крепких спиртных напитков, не происходящих из того места, которое указано в данном географическом указании, даже если указывается подлинное происхождение этих товаров, или географическое указание используется в переводе или сопровождается такими выражениями, как "вид", "тип", "в стиле", "имитация" или подобными им. В регистрации товарного знака для вин, который содержит или состоит из географического указания, идентифицирующего вина, или товарного знака для крепких спиртных напитков, который содержит или состоит из географического указания, идентифицирующего крепкие спиртные напитки, отказывается, или регистрация признается недействительной либо *ex officio*, если это разрешено законодательством члена, либо

по запросу заинтересованной стороны, в отношении тех вин или крепких спиртных напитков, которые не имеют этого географического происхождения.

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке № 2023748169

МАРГАРИТА
ЛЮБИТ
КЪЯНТИ

представлено обозначение «». Регистрация испрашивалась для услуг 39, 43 классов МКТУ, приведённых в заявке.

Оспариваемым решением отказано в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для следующих услуг:

39 - аренда электрических винных погребов; бронирование билетов для путешествий; бронирование путешествий; организация круизов; организация пассажирских перевозок для третьих лиц через онлайн-приложение; организация перевозок по туристическим маршрутам; оформление туристических виз и проездных документов для лиц, выезжающих за границу; перевозка путешественников; сервисы по совместному использованию автомобилей; сопровождение путешественников; услуги водного прогулочного транспорта; услуги транспортные для экскурсий;

43 - аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда кухонных раковин; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги закусочных; услуги кафе; услуги кафетериев; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства показал следующее.

Как справедливо указано в оспариваемом решении, «Кьянти» – итальянское сухое красное вино, производимое в регионе Тоскана. Более того, коллегией

установлено, что наименование «Кьянти» поставлено под охрану в государстве – участнике международного договора ТРИПС в качестве обозначения, позволяющего идентифицировать вина как происходящие с его территории и имеющие особое качество, репутацию или другие характеристики, которые главным образом определяются их происхождением.

Слова «Маргарита» и «любит», также присутствующие в обозначении, не влияют на логическое выделение при восприятии обозначения слова «Кьянти», поскольку именно оно определяет общее восприятие обозначения, что подтверждается доводами заявителя, обратившего внимание на то, что Маргарита может любить суши, пиццу, харчо и другие продукты – в данном же случае акцентируется, что речь идёт именно о «Кьянти».

В связи с указанным заявленное обозначение не соответствует требованиям пунктов 3 (1), 5 статьи 1483 Кодекса, так как вводит потребителя в заблуждение относительно места происхождения товара и относится к охраняемому географическому указанию «Chianti» (регион в Италии).

Довод заявителя об отсутствии оснований для применения названных положений законодательства по причине отсутствия в заявке товаров «вина», не убедителен.

Заявленные услуги, затронутые отказом, относятся к услугам, для которых географическая привязка происхождения вин имеет высокое значение.

Так, услуги «аренда электрических винных погребов», «услуги баров» в силу своего назначения прямо связаны с винами. Услуги «бронирование билетов для путешествий; бронирование путешествий; организация круизов; организация пассажирских перевозок для третьих лиц через онлайн-приложение; организация перевозок по туристическим маршрутам; оформление туристических виз и проездных документов для лиц, выезжающих за границу; перевозка путешественников; сервисы по совместному использованию автомобилей; сопровождение путешественников; услуги водного прогулочного транспорта; услуги транспортные для экскурсий» относятся к туристическим услугам, в то время

как широкое распространению имеют гастрономические путешествия, связанные с посещениями известных во всём мире мест происхождения вин.

Услуги обеспечения пищевыми продуктами и напитками (аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда кухонных раковин; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги закусочных; услуги кафе; услуги кафетериев; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов; услуги ресторанов вэшюк; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос), в том числе услуги общественного питания, также связаны с предоставлением напитков, включая вина.

Заявителем продемонстрировано не только наличие теоретической возможности осуществлять розничную торговлю винами, но и присутствие в меню ресторана «Маргарита любит Кьянти» напитка названного наименования «Кьянти». Таким образом, использование в составе средства маркировки названных услуг наименования известного географического указания происхождения продукции направлено на использование соответствующей репутации вин, происходящих с указанной территории, как следствие, формальное отсутствие в перечне товара «вина» не означает неприменимость указанных положений законодательства, поскольку заявитель не имеет отношения к винодельческой зоне «Кьянти» (какой-либо из провинций¹), однако создаёт представление о названном происхождении товаров, с которыми тесно связаны услуги 39 и 43 классов МКТУ, затронутые отказом.

Резюмируя сказанное, заявленное обозначения в отношении рассматриваемых услуг не соответствует требованиям пунктов 3 (1). 5 статьи 1483 Кодекса.

¹ Винный консорциум Кьянти (Consorzio Vino Chianti) (самоуправляющаяся ассоциация виноградарей из Тосканы) защищает и продвигает интересы производителей вина Кьянти из провинций Флоренция, Сиена, Аретцо, Пиза, Прато и Пистойя.

Просьба заявителя о дискламации элемента «Кьянти», приведённая в возражении, не может быть удовлетворена, поскольку неохраняемый статус элемента оценивается только в рамках положений пунктов 1 или 7 статьи 1483 Кодекса, которые в данном случае не применялись. Аналогично не относятся к делу указания заявителя на то, что для географических указаний «Chianti», «Chianti Classico» не предоставлена правовая охрана на территории Российской Федерации в рамках Лиссабонского соглашения.

Доводы заявителя, касающиеся иных товарных знаков, не относятся к рассматриваемому случаю, в частности по той причине, что слово «Кьянти» (например, в отличие от слова «Porto») не многозначно и имеет единственное известное российским потребителям значение, указанное в оспариваемом решении.

Принимая во внимание то, что оспариваемым решением установлена возможность регистрации обозначения по заявке № 2023748169 для части услуг 39 и 43 классов МКТУ, для которых предмет спора отсутствует, в названной части коллегия не пересматривает выводы оспариваемого решения. В свою очередь, для части услуг 39 и 43 классов МКТУ, в отношении которых отказано в регистрации знака обслуживания, мотивы отказа подлежат изменению.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.11.2024, изменить решение Роспатента от 30.07.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2023748169 с учётом дополнительных оснований.