

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой 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, поступившее 27.03.2019, поданное компанией «ЭКС АСИЕНДА ЛОС КАМИЧИНЕС, С.А. ДЕ С.В.», компания созданная и существующая по законам Мексики, Мексика (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2017717598 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение по заявке №2017717598, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 03.05.2017, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 33 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 29.11.2018 об отказе в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака (далее – решение Роспатента). Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, в котором указано на несоответствие заявленного обозначения требованиям пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса. В частности, указывается, что заявленное обозначение включает в свой состав изображение бутылки, форма которой является неохраноспособной согласно пункту 1 статьи 1483 Кодекса для всех заявленных товаров, поскольку в целом не обладает различительной способностью и обусловлена исключительно функциональным назначением (а именно, упаковка для жидких веществ).

Входящий в заявленное обозначение словесный элемент "ANEJO" в переводе с испанского языка - выдержанный (о продукте) (см. "Испанско-русский словарь современного употребления", изд-во "Русский язык", М., 1996, стр. 84) указывает на свойства заявленных товаров, вследствие чего не обладает различительной способностью и является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Словесный элемент «RESERVA» в переводе с испанского языка - резерв, запас, (в виноделии) 3-летняя выдержка красного вина, в том числе, не менее 1 года-в дубовой бочке; 2-летняя выдержка белого и розового вина, в том числе, не менее 6 месяцев в дубовой бочке, см. Интернет: www.multitrans.ru, <https://translate.google.ru/> http://mywines.ru/slovar_vinih_terminov/ и др.) не обладает различительной способностью, поскольку указывает на свойство, качество товаров и способ производства. Элемент 100% - сочетания простых цифр с математическим знаком "%" означающим проценты также не соответствует пункту 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с товарными знаками со словесными элементами "CRISTAL" по свидетельствам №528702 (1) и №528701 (2), зарегистрированными с приоритетом от 10.09.2012 на имя компании «Шампань Луи Рёдерер (СЛР)», Франция, для однородных товаров 33 класса МКТУ;

- с товарными знаками "KRISTAL", "CRISTALL", "CRISTAL" по свидетельствам: №265853 (приоритет от 02.10.2003) (3), №287227 (приоритет от 25.02.2004) (4), №295133 (приоритет от 27.02.2004) (5), №299563 (приоритет от 10.03.2004) (6), №298479 (приоритет от 09.09.2004) (7), №306563 (приоритет от 13.10.2005) (8), №301681 (приоритет от

25.10.2004) (9), №301680 (приоритет от 25.10.2004) (10), №263742 (11) и №263741 (12) (приоритет от 25.11.2003), №49140 (приоритет от 03.09.1973) (13), зарегистрированных для однородных товаров 33 класса МКТУ. Правообладателем знаков (3-13) является ФКП «Союзплодоимпорт», Россия.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак по свидетельству № 528702 производят совершенно различное зрительное впечатление, поскольку форма и фактура обеих бутылок совершенно различна, различны также оформление горлышек и пробок бутылок, а кроме того, заявленное обозначение является черно-белым, в то время как в оформлении противопоставленного товарного знака № 528702 использованы белый, золотой и темно-бордовый цвета;

- противопоставленный товарный знак по свидетельству №528701 не является сходным с заявленным обозначением, поскольку обозначения не сходны в целом, представляют собой различные объекты (бутылку и этикетку для бутылки, соответственно) и выполнены в различной цветовой гамме;

- с учетом вышеизложенного, очевидно, что сравниваемые обозначения несходны с графической точки зрения. Следует отметить, что в заявленном комбинированном обозначении доминирующими являются именно изобразительные элементы. Тем не менее, при анализе сравниваемых обозначений во внимание должны приниматься также все словесные элементы, входящие в их состав. Так, в состав заявленного обозначения входят следующие словесные элементы: «CRISTALINO», «ANEJO», «RESERVA». В состав противопоставленных товарных знаков по свидетельствам № 528701 и 528702 входят следующие словесные элементы: «LOUIS ROEDERER», «CRISTAL», «CHAMPAGNE». Несмотря на то, что в заявленном обозначении словесные элементы «ANEJO» и «RESERVA» являются неохраняемыми, а в противопоставленных товарных знаках неохраняемым является элемент «CHAMPAGNE», они, тем не менее, влияют на общее впечатление, возникающее при их восприятии потребителями, которые вряд ли осведомлены о разнице между охраняемыми и неохраняемыми элементами. Кроме того, оценка сходства обозначений производится на основе общего впечатления, формируемого, в том числе, с учетом неохраняемых элементов;

- рассматриваемые обозначения существенно отличаются друг от друга по количеству и составу фонем. Единственным совпадающим слогом в них является "кри", что не может служить достаточным основанием для признания обозначений сходными с точки зрения фонетики, особенно, принимая во внимание общее количество составляющих обозначения слогов и фонем. Следует также отметить, что начальные и конечные части сравниваемых обозначений не только не совпадают, но и не имеют ничего общего. Кроме того, числительное "1800", входящее в состав заявленного обозначения, также может быть прочитано как "тысяча восемьсот" / "восемнадцать два ноля" / "восемнадцать ноль ноль", что, таким образом, добавит дополнительных несходных слогов в сравниваемые обозначения;

- противопоставленные товарные знаки включают словосочетание "LOUIS ROEDERER", представляющее собой часть фирменного наименования правообладателя. На имя заявителя уже зарегистрировано большое количество товарных знаков с элементом «1800», благодаря чему заявленное обозначение, на этикетке которого этот элемент доминирует, будет восприниматься потребителями как продолжение серии данных товарных знаков, а не как обозначение, принадлежащее компании «Шампань Луи Рёдерер»;

- товары, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№ 528702 и 528701, а также товары, однородные им, явным образом исключены из заявленного перечня;

- основными товарами, представляющими интерес для заявителя, являются напитки алкогольные из агавы, полученные перегонкой (текила). Очевидно, что такие товары не являются однородными товарам противопоставленных знаков "вина, охраняемые наименованием места происхождения "Шампань", поскольку они изготавливаются не только из различного сырья (агавы и винограда), но и в разных странах мира (Мексике и Франции, соответственно), обладают различной крепостью и стоимостью, и в силу вышеизложенного не являются взаимодополняемыми или взаимозаменяемыми;

- заявленное обозначение и комбинированные товарные знаки (3-13), зарегистрированные на имя ФКП "Союзплодоимпорт", производят совершенно разное общее впечатление, поскольку они представляют собой разные объекты (бутылку и этикетки соответственно), а также имеют абсолютно разное композиционное и цвето-

графическое решение. Сравнимые обозначения не ассоциируются друг с другом в целом и не производят впечатления принадлежности одному владельцу;

- заявленное обозначение существенно превышает противопоставленные товарные знаки (3-13) по длине звучания, так как включает 22 фонемы, 12 согласных, 10 гласных и 10 слогов, тогда как обозначения "KRISTAL"/ "CRISTALL"/ "CRISTAL" состоят из 7 фонем, 5 согласных, 2 гласных и всего из 2 слогов. Обозначения также отличаются по количеству и составу согласных и гласных звуков за счет дополнительного конечного звуко сочетания [-и-но] в заявленном обозначении, а также наличие слов "ANEJO", "RESERVA". Следует также отметить разные ударные слоги в сравниваемых обозначениях, так как в заявленном обозначении ударение падает на гласный звук [-и-] в третьем слоге в слове "CRISTALINO", тогда как в противопоставленных товарных знаках ударный звук - [-а-] в конечном слоге;

- рассматриваемые словесные элементы имеют разные лексические значения. Так, слово "CRISTALINO" переводится с испанского языка на русский язык как "хрустальный, стеклянный". В отличие от него слово "КРИСТАЛЛ" ("KRISTAL"/ "CRISTALL" / "CRISTAL") означает твердое неорганическое тело, принявшее форму симметричного многоугольника. В переносном смысле слово используется как символ прозрачности, чистоты. В этой связи необходимо также отметить, что помимо семантического значения как такового обозначения могут вызывать определенные ассоциации и выражать идеи, не обусловленные их лексическим значением. Так, противопоставленные товарные знаки "KRISTAL" / "CRISTALL" / "CRISTAL" представляют собой широко известное название популярной марки водки и ассоциируются именно с этим алкогольным напитком. В отличие от них, заявленное обозначение предназначено для использования в отношении алкогольных напитков из агавы, полученных перегонкой. Обозначение "1800", представленное на бутылке в заявленном обозначении, является известным названием текилы;

- заявленное обозначение является продолжением линейки товарных знаков компании «ЭКС АСИЕНДА ЛОС КАМИЧИНЕС, С.А. ДЕ СВ.», с элементом "1800", используемых в отношении текилы. В силу вышесказанного, заявленное обозначение не будет ассоциироваться с серией товарных знаков "KRISTAL" / "CRISTALL" / "CRISTAL" на имя ФКП "Союзплодоимпорт".

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 33 класса МКТУ «алкогольные напитки (за исключением пива, вина, игристого вина); напитки алкогольные из агавы, полученные перегонкой».

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия установила следующее.

С учетом даты (03.05.2017) поступления заявки №2017717598 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

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 отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы. При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

Звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение.

Графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание.

Смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или

назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).



Заявленное обозначение является комбинированным и состоит из реалистичного изображения бутылки с круглой пробкой. Бутылка имеет трапециевидную форму с треугольными выступами по всей поверхности. На горлышке бутылки расположена кольеретка, на которой изображены повторяющиеся прямоугольники и вписаны элементы «1800», «CRISTALLINO» и «100%». В нижней части бутылки помещена горизонтально ориентированная этикетка, смещенная вправо. Центральную часть этикетки занимает элемент «1800», под которым расположено слово «CRISTALLINO», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Под словом «CRISTALLINO» помещен словесный элемент «ANEJO». В центральной части этикетки по дуге расположено обозначение «100% DE». В верхней центральной части этикетки помещен изобразительный элемент в виде герба, справа от которого расположен словесный элемент «RESERVA». Предоставление правовой охраны испрашивается в отношении товаров 33 класса МКТУ «алкогольные напитки (за исключением пива, вина, игристого вина); напитки алкогольные из агавы, полученные перегонкой».

Как указывалось выше, заявленное обозначение включает реалистичное изображение бутылки, форма которой является неохраноспособной согласно пункту 1 статьи 1483 Кодекса для всех заявленных товаров 33 класса МКТУ, поскольку в целом не обладает различительной способностью и обусловлена исключительно функциональным

назначением (а именно, упаковка для жидких веществ). Указанное заявителем не оспаривается.

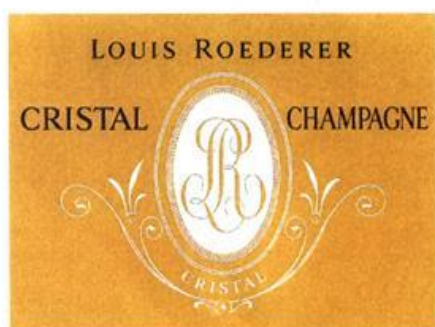
Кроме того, заявителем не оспаривается и неохраноспособность словесных элементов «ANEJO» (от исп. «выдержанный (о продукте), старый») и «RESERVA» (от исп. резерв, запас, (в виноделии) 3-летняя выдержка красного вина, в том числе, не менее 1 года-в дубовой бочке; 2-летняя выдержка белого и розового вина, в том числе, не менее 6 месяцев в дубовой бочке, см. Интернет: www.multitrans.ru, https://translate.google.ru/http://mywines.ru/slovar_vinih_terminov/ и др.), которые указывают на свойства, качество и способ производства заявленных товаров 33 класса МКТУ.

В состав заявленного обозначения включено число «100» и общепринятый математический знак «%», применяемый для обозначения относительных величин, а также элементы «100% DE» («de» от исп. «из»), которые не обладают различительной способностью, что заявителем также не оспаривается.

Заявленному обозначению было отказано в государственной регистрации в качестве товарного знака в отношении всех товаров 33 класса МКТУ, ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего ему были противопоставлены словесные и комбинированные знаки (1-13), которые содержат в своем составе, в том числе, словесные элементы «CRISTAL», «CRISTALL», «KRISTAL». Так, заявленному обозначению противопоставлены противопоставленные товарные знаки



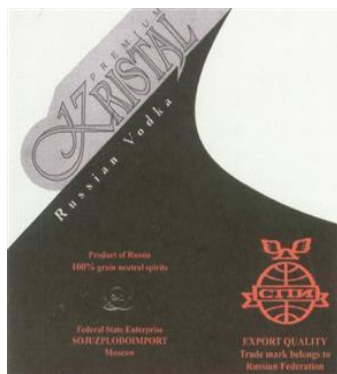
(1) и



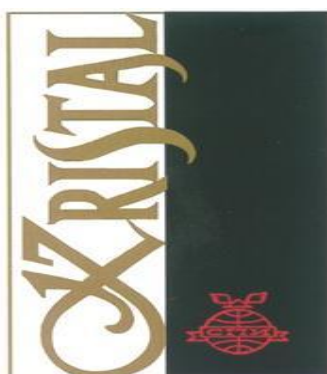
(2), зарегистрированные в белом,

золотом, темно-бордовом цветовом сочетании на имя компании «Луи Рёдерер», Франция. Правовая охрана знакам (1-2) предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ. Неохраняемыми элементами знака (1) являются словесные элементы «CHAMPAGNE» и форма бутылки, знака (2) слово «CHAMPAGNE».

Кроме того, заявленному обозначению были противопоставлены товарные знаки



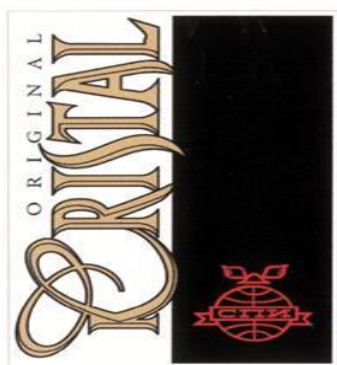
(3),



(4),



(5),



(6),

KRISTAL (7),

CRISTAL (8),



SOJUZPLODOIMPORT
FEDERAL STATE ENTERPRISE

(9),



(10),



(11),



(12),

KRISTAL (13), правообладателем

которых является ФКП «Союзпродоимпорт». Знаки (4-6, 12) охраняются в белом, красном, золотистом, черном цветовом сочетании, знак (11) в зеленом, золотистом, черном цветовом сочетании, знак (10) в белом, темно-бордовом, светло-бордовом, желтом, темно-желтом, светло-желтом цветовом сочетании, знак (9) в белом, черном, желтом, темно-желтом, светло-желтом цветовом сочетании, знак (3) в белом, светло-сером, красном,

сером, черном цветовом сочетании. Неохраняемыми элементами знаков (3, 10) являются все цифры и слова, кроме «Kristal, спи», неохраняемым элементом знака (6) является словесный элемент «Original». Правовая охрана знакам (3-13) предоставлена в отношении товаров 33 класса МКТУ.

Сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных ему товарных знаков (1-13) показал следующее.

Как указывалось выше, заявленное обозначение состоит из реалистичного изображения бутылки, на которую нанесены кольеретка и горизонтально ориентированная этикетка, включающие элементы «1800», «CRISTALINO», «ANEJO», «RESERVA», «100%», «DE». Необходимо отметить, то охраноспособными являются лишь элементы «1800» и «CRISTALINO», являющиеся в знаке доминирующими элементами, выполненными крупным шрифтом в центре этикеток, по которым происходит запоминание и воспроизведение обозначения потребителями. При этом, указанные элементы не связаны между собой по смыслу и лексически, в связи с чем их анализ проводился отдельно по каждому элементу.

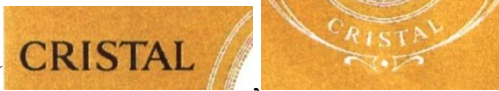
Противопоставленные товарные знаки (1-2) представляют собой изображение бутылки и этикетку, на которые нанесены словесные элементы «CRISTAL», «LOUIS ROEDERER», «CHAMPAGNE», а также изображение виньетки с включенной в нее монограммой «LR». Виньетка является достаточно часто употребляемым изобразительным элементом этикеток, размещаемых на алкогольной продукции, не обладает оригинальностью, функционально предназначена для украшения, а не для информирования потребителя о чем-то, в связи с чем индивидуализирующая способность данных элементов снижена.

Форма бутылки, а также словесный элемент «CHAMPAGNE» не имеют самостоятельной правовой охраны, а характер исполнения элемента «LOUIS ROEDERER» (оба слова выполнены с большой буквы – ) позволяет воспринимать данное словосочетание в первую очередь как имя собственное. Таким образом, основную индивидуализирующую нагрузку в рассматриваемых знаках несет словесный элемент «CRISTAL», выполненный более крупным шрифтом по сравнению с другим охраняемым словесным элементом и акцентирующий на себе внимание.

Необходимо отметить, что в силу достаточно незначительного уровня знания французского языка среднестатистическому российскому потребителю существенно

проще прочесть на этикетке, понять смысл и воспроизвести словесный элемент «CRISTAL», чем словесные элементы «LOUIS ROEDERER» и «CHAMPAGNE», что обуславливает запоминание именно словесного элемента «CRISTAL».

Кроме того, следует обратить внимание, что данное слово размещено на этикетке

дважды (, а на бутылке трижды ().

Повторяемость данного элемента усиливает его индивидуализирующую нагрузку. При этом слово «CRISTAL» является самым доступным и удобным для прочтения российскими потребителями, в силу чего служит смысловой доминантой противопоставленных знаков (1-2).

Коллегией учитывалось также, что элемент «CRISTAL» и элементы «LOUIS ROEDERER» не создают единую смысловую и лексическую конструкцию, в связи с чем рассматриваются по-отдельности.

Что касается противопоставленных знаков (3-13), то они представляют собой словесные или комбинированные обозначения, в которых единственными или основными индивидуализирующими элементами являются словесные элементы «KRISTAL», «CRISTAL», «CRISTALL», которые положены в основу многочисленной серии знаков ФКП «Союзплодоимпорт». В знаках (11, 12) охраняемыми являются также словесные элементы «Moskovskaya», «Stolichnaya», вместе с тем, указанные элементы являются слабыми, так как могут быть восприняты в качестве географического указания.

Заявителем указывается, что потребителю неизвестно об охраноспособных и неохраноспособных элементах знаков, в связи с чем все они должны учитываться при анализе на тождество и сходство. Однако, как правомерно указано в решении Роспатента, среднестатистическому российскому потребителю гораздо проще прочесть на этикетке и попросить у продавца просто «KRISTAL», «CRISTALL», «CRISTAL», чем перечислять все словесные элементы, указанные на этикетках противопоставленных знаков.

Сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных знаков (1-13) показал, что они включают в свой состав фонетически близкие словесные элементы «CRISTAL», «CRISTALL», «KRISTAL», «CRISTALLINO», по которым указанные обозначения запоминаются и воспроизводятся потребителями. Словесные элементы «CRISTAL», «CRISTALL», «KRISTAL» фонетически входят в словесный элемент «CRISTALINO» заявленного обозначения. При этом, слово «CRISTALINO» само по себе

достаточно длинное, вследствие чего основное запоминание подобных обозначений потребителем происходит за счет начальной части слова, а внимание к окончанию слова снижено. Изложенное позволяет признать сравниваемые обозначения фонетически сходными.

Анализ словарных источников (см. <https://translate.academic.ru/>) позволил выявить, что слово «CRISTAL» является лексической единицей французского, испанского, итальянского и португальского языков и означает «кристалл, хрусталь, стекло», в английском языке данное слово также переводится как «кристалл», словесный элемент «KRISTAL» переводится с немецкого языка как «кристал». Слово «CRISTALINO» с испанского и португальского языков переводится как «кристальный, хрустальный, стеклянный». Таким образом, имеет место подобие заложенных в сравниваемых обозначениях понятий и идей, и, как следствие, их семантическое сходство.

Графический фактор сходства в рассматриваемом случае носит второстепенный характер, поскольку использование в сравниваемых обозначениях одного и того же алфавита, тождественное начертание большинства букв не приносят в восприятие обозначений ничего, что могло бы повлиять на их принципиальное различие с точки зрения выполнения индивидуализирующей функции. Наличие в противопоставленных знаках (1-6, 9-12) разных изобразительных элементов оказывает влияние на зрительное восприятие, однако не может повлиять на вывод о сходстве сравниваемых обозначений в целом ввиду сходства их индивидуализирующих элементов.

Таким образом, сравниваемые знаки ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на отдельные их отличия, то есть являются сходными.

Коллегией было принято во внимание Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 18 июля 2006 г. N 3691/06 (далее – Постановление Президиума ВАС), согласно которому для признания сходства товарных знаков достаточно уже самой опасности, а не реального смешения товарных знаков в глазах потребителя.

Предоставление правовой охраны заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров 33 класса МКТУ «алкогольные напитки (за исключением пива, вина, игристого вина); напитки алкогольные из агавы, полученные перегонкой».

Противопоставленные товарные знаки (3-12) зарегистрированы в отношении товаров 33 класса МКТУ, которые содержат в своем составе товары, являющиеся родовыми

позициями по отношению к заявленным товарам 33 класса МКТУ, чем обусловлена их однородность.

Противопоставленный знак (13) действует в отношении товаров 33 класса МКТУ «водка». Указанный вид товара также является однородным заявленным товарам 33 класса МКТУ, поскольку сравниваемые виды товаров относятся к крепким алкогольным напиткам, реализуемых в магазинах совместно. Кроме того, сравниваемые виды товаров могут иметь одинаковый круг потребителей и одинаковые каналы сбыта (оптом и в розницу).

Что касается товаров 33 класса МКТУ «вина, охраняемые наименованием места происхождения «Шампань» знаков (1-2), то указанные виды товаров также признаются однородными заявленным товарам 33 класса МКТУ в силу их отнесения к одному роду продукции – алкогольные напитки, которые реализуются на прилавках алкогольной продукции, имеют одинаковый круг потребителей (люди старше 18 лет). При этом, довод заявителя о различных условиях производства сравниваемых алкогольных напитков, их различном составе, месте производства и т.д. не преодолевают изложенного выше вывода о совместной встречаемости сравниваемых товаров в гражданском обороте.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками (1-13) в отношении однородных товаров 33 класса МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Довод заявителя о том, что обозначение «CRISTAL», используемое при маркировке шампанского, ассоциируется с компанией «Луи Рёдерер», обозначения «CRISTAL», «CRISTALL», «KRISTAL», применяемые при маркировке водки, воспринимаются как обозначения ФКП «Союзплодоимпорт», а обозначение «CRISTALLINO», используемое совместно с элементом «1800», положенным в основу серии знаков компании «ЭКС АСИЕНДА ЛОС КАМИЧИНЕС, С.А. ДЕ С.В.», будет ассоциироваться исключительно с данной компанией, неубедителен. В силу высокой степени сходства сравниваемых обозначений, обусловленного близостью фонетического и семантического восприятия их словесных элементов «CRISTAL», «CRISTALLINO», «KRISTAL», «CRISTALINO», они могут быть смешаны в гражданском обороте, в результате чего средний российский

потребитель может быть дезориентирован относительно производителя сравниваемых товаров.

Наличие у заявителя серии знаков, включающих элемент «1800», не влияет на вывод о сходстве заявленного обозначения и знаков (1-13).

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 27.03.2019, оставить в силе решение Роспатента от 29.11.2018.