

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

коллегии 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, регистрационный № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 20.03.2017 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 523050, поданное Манчестер групп ЛТД, Белиз Сити, Белиз (BZ) (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Регистрация оспариваемого товарного знака ( **impresto**) с приоритетом от 14.08.2012 по заявке № 2012727917 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 24.09.2014 за № 523050. Товарный знак зарегистрирован на имя Общества с ограниченной ответственностью «Старый Мастер-НВ», Москва, в отношении товаров 30 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).

На основании договора об отчуждении исключительного права на товарный знак, зарегистрированного в установленном порядке 23.03.2015 за № РД0169657, исключительное право на товарный знак по свидетельству № 523050 передано Обществу с ограниченной ответственностью «БиЭйчБи», Москва (далее – правообладатель).

Согласно описанию, приведенному при подаче заявки № 2012727917, оспариваемый товарный знак является комбинированным. Словесный элемент «impresto» выполнен оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита

красного цвета. Над словесным элементом расположено изображение не замкнутого овала, внутри которого размещена латинская буква «i» красного цвета.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 20.03.2017, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 523050 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Возражение основано на доводах о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству № 523050 сходен до степени смешения с принадлежащим лицу,



подавшему возражение, товарным знаком по свидетельству № 566035 (), имеющим более ранний приоритет (от 26.04.2012) и зарегистрированным в отношении однородных товаров 30 класса МКТУ, следовательно, не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

В возражении обращено внимание на фонетическое сходство словесных элементов «IMPRESSO» и «impresto», а также графическое сходство товарных знаков, обусловленное акцентированием внимания при восприятии комбинированных товарных знаков на словесных элементах сравниваемых обозначений.

Кроме того, лицом, подавшим возражение, указано на отсутствие семантического значения у словесного элемента «impresto», что, по его мнению, также говорит о сходстве сравниваемых товарных знаков в целом.

Возражение содержит вывод о тождественности товаров 30 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрированы сопоставляемые товарные знаки.

Также в возражении приведены сведения о деятельности лица, подавшего возражение, связанной с производством кофейной, чайной и кондитерской продукции, и сведения о товарных знаках, зарегистрированных на его имя (93 товарных знака, включая товарные знаки со словесным элементом «IMPRESSO» по свидетельствам №№ 566035, 559579, 535162).

Кроме того, лицом, подавшим возражение, отмечено, что ситуация, когда сходные до степени смешения обозначения используются субъектами, действующими в одной и той же сфере хозяйственного рынка, недопустима, а использование

оспариваемого товарного знака, способного ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров, создает возможность недобросовестной конкуренции, что противоречит общественным интересам и требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 523050 недействительным полностью.

К возражению приложены распечатки с сайтов <https://yandex.ru/search/?lr=213&clid=2270456&win=268&msid=1489834284.25441.22906.5880&text=кофе%20импреcco>, <http://www.coffeemag.ru/brand/Impresso>, <http://irecommend.ru/content/kofe-impresso-delicato> [1].

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил отзыв по его мотивам, в котором выразил несогласие с доводами возражения относительно сходства товарных знаков по свидетельствам №№ 523050 и 566035.

Правообладателем отмечено, что при оценке сходства слов, имеющих смысловые значения, фонетическое сходство не превалирует, и приведены значения словесных элементов «IMPRESSO» (перевод с итальянского – «запечатлевшийся» или «отпечатанный») и «impresto» (как состоящего из приставки «im» и корня «presto», означающего «не быстрый»).

Кроме того, в отзыве приводятся выводы экспертного исследования № ТН-42/17 от 24.04.2017, выполненного РОО «Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам», содержащего перечни ассоциаций, допускаемых при употреблении в русской языковой среде слов «IMPRESSO» и «impresto», а именно:

- для слова «IMPRESSO» – «нечто отпечатанное, напечатанное, оттиснутое» или «нечто запечатлевшееся», либо «кофейный напиток, полученный без давления», либо «кофейный напиток, полученный методом, предполагающим помещение чего-либо внутрь чего-то иного (исходя из близости к слову «эспрессо» (итал. «espresso»)

и разбора слова по частям на приставку «IM-», корень «-PRESS-» и грамматический показатель мужского рода «-О»);

- для слова «impresto» – «музыкальное произведение, исполняемое в невысоком темпе», либо «кофейный напиток, предполагающий неторопливое, неспешное, не слишком быстрое приготовление и (или) употребление», либо «нечто иное неторопливое, неспешное, не слишком быстрое», либо «нечто находящееся внутри музыкального произведения, исполняемого в очень высоком темпе» (исходя из разбора слова по частям на приставку «im-» и корень «-presto»).

Также в отзыве обращено внимание на графические различия сравниваемых товарных знаков, обусловленные разными изобразительными элементами, общим стилем и цветовой гаммой.

Таким образом, правообладатель полагает, что сходство между сравниваемыми товарными знаками отсутствует полностью, в связи с чем просит не удовлетворять поступившее 20.03.2017 возражение.

К отзыву приложены следующие материалы:

- акт экспертного исследования № ТН-42/17 от 24.04.2017 специалиста РОО «Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам» (ГЛЭДИС) [2];

- статья «Культура импрессо» [3];

- копии страниц из англо-русского словаря В.К. Мюллера, 1991 г. [4];

- распечатки из он-лайн словарей значений и переводов слов «престо», «presto», «impress» [5];

- распечатки из сети Интернет о продукции, маркированной обозначениями «IMPRESSO» и «impresto» [6].

В ходе рассмотрение возражения правообладателем дополнительно представлен отчет Фонда содействия изучению общественного мнения «ВЦИОМ» на тему

«Мнение респондентов о сходстве/различии товарных знаков  и , использующихся для маркировки кофе» (далее – отчет ВЦИОМ) [7].

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 22.06.2017, лицом, подавшим возражение, приобщен проект заключения (корреспонденцией от 29.06.2017 представлен оригинал) Института социологии Российской Академии наук (далее – заключение ИС РАН) [8], а также представлены пояснения к нему, в которых, кроме доводов о сходстве товарных знаков, дополнительно отмечена субъективность мнения специалиста ГЛЭДИС.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия считает доводы возражения убедительными.

С учетом даты (14.08.2012) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента № 32 от 05.03.2003, зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный № 4322 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 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 подпунктом 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 подпунктах 14.4.2.2 (а) – (в) Правил.

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 (подпункт 14.4.2.2 (а) Правил).

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 (подпункт 14.4.2.2 (б) Правил).

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 (подпункт 14.4.2.2 (в) Правил).

Перечисленные признаки (подпункты 14.4.2.2 (а) – (в) Правил) могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (подпункт 14.4.2.2 (г) Правил).

В соответствии с пунктом 14.4.2.4 Правил при определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, приведенные в пунктах 14.4.2.2, 14.4.2.3 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Согласно пункту 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю.

Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

В соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы:

1) являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя;

2) противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Согласно подпункту 2.5.1 пункта 2.5 Правил к ложным или способным ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

Согласно подпункту 2.5.2 пункта 2.5 Правил к противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали обозначениям относятся, в частности, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства, слова, написание которых нарушает правила орфографии русского языка, и т.п.

Мотивы возражения о несоответствии оспариваемой регистрации требованиям пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса основаны на исключительном праве лица, подавшего возражение, на товарный знак по свидетельству № 566035, а также материалах [1].

Дополнительно лицом, подавшим возражение, представлено заключение ИС РАН [8], представляющее собой отсутствующий в возражении источник информации, при этом не являющийся общедоступным словарно-справочным изданием, что, согласно требованиям абзацев 2 и 3 пункта 2.5 Правил ППС приводит к выводу о том, что данные материалы считаются изменяющими мотивы, приведенные в подтверждение наличия оснований для признания предоставления правовой охраны недействительными полностью или частично. Следовательно, материалы [8] не могут быть положены в основу выводов коллегии по результатам рассмотрения настоящего возражения. Лицо, подавшее возражение, вправе подать новое возражение с учетом данных материалов.



№ 523050 (**impresto**)

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 523050 (**impresto**) представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из словесного элемента «impresto», выполненного строчными буквами латинского алфавита и расположенного сверху изобразительного элемента в виде овала, обрамляющего стилизованную букву «i». Товарный знак выполнен в красном цвете. Правовая охрана товарного знака действует в отношении товаров «кофе, кофе-сырец, заменители кофе, заменители кофе растительные, напитки кофейно-молочные; напитки кофейные» 30 класса МКТУ.



Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 566035 () представляет собой комбинированное обозначение со словесным элементом «IMPRESSO», выполненным заглавными буквами латинского алфавита белого цвета с черной окантовкой и расположенным на фоне геометрической фигуры, напоминающей овал и обрамленной серым венком. Правовая охрана товарного знака действует в отношении товаров «кофе, чай, какао и заменители кофе; заменители кофе растительные; какао-продукты; кофе-сырец; напитки какао-молочные; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; напитки чайные; напитки шоколадно-молочные; напитки шоколадные; напитки на базе какао; цикорий [заменитель кофе]; чай со льдом» 30 класса МКТУ.

В соответствии со свидетельством № 566035 исключительное право на противопоставленный в возражении товарный знак действует с приоритетом от 26.04.2012, то есть более ранним, по сравнению с приоритетом оспариваемого товарного знака (14.08.2012).

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству № 523050 и противопоставленного товарного знака по свидетельству № 566035 показал следующее.

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. Различие в деталях не должно играть определяющей роли, так как следует учитывать, что потребитель, как правило, не имеет возможности

сравнить два знака, а руководствуется общими впечатлениями, часто нечеткими, о знаке, виденном ранее. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

Поскольку сравниваемые товарные знаки являются комбинированными и состоят из нескольких элементов, важно установить, какие именно элементы сравниваемых обозначений сходны/не сходны, какова роль того или иного сходного элемента в комбинированном обозначении.

Степень важности изобразительного элемента в комбинированном обозначении зависит от того, насколько этот элемент оригинален, каковы его размеры и пространственное положение относительно словесного элемента, а также степень связанности его с композицией всего обозначения. Перечисленные факторы могут учитываться как в-отдельности, так и в совокупности.

Значимость элемента в комбинированном обозначении зависит также от того, в какой степени этот элемент способствует осуществлению обозначением его основной функции: отличать товары и услуги одних производителей от товаров и услуг других производителей.

Так, в комбинированном обозначении, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным элементом, как правило, является словесный элемент, поскольку он легче запоминается, чем изобразительный, и именно на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения.

В оспариваемом товарном знаке изобразительный элемент, расположенный в верхней части обозначения, представляет собой стилизованное изображение первой буквы словесного элемента, обрамленной овалом () и напоминает кофейное зерно, что, учитывая перечень товаров, для индивидуализации которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, приводит к выводу о второстепенном значении изобразительного элемента с точки зрения отличительной функции товарного знака. Его размеры и пространственное положение также не позволяют признать его доминирующим, при этом данный элемент может восприниматься отдельно от словесного, то есть он не является неотъемлемой

частью композиции всего обозначения. Таким образом, доминирующим элементом оспариваемого товарного знака является именно словесный элемент «impresto».

Что касается противопоставленного комбинированного товарного знака по



свидетельству № 566035 (), то его изобразительный элемент, действительно, по размеру больше, чем словесный. Однако данный элемент не является достаточно оригинальным, так как представляет собой овал, обрамленный лавровым венком, служащий фоном для словесного элемента, таким образом, указанный элемент не способствует осуществлению обозначением его основной функции – отличать товары и услуги одних производителей от товаров и услуг других производителей. В связи с указанным значимость изобразительного элемента в противопоставленном товарном знаке не является достаточной, поэтому основным в данном комбинированном обозначении является словесный элемент «IMPRESSO».

С учетом сказанного, в оспариваемом товарном знаке основным элементом является слово «impresto», которое, вероятней всего, потребителем будет читаться как [им-прес-то], а в противопоставленном товарном знаке основным является словесный элемент «IMPRESSO», читающийся как [им-прес-со].

Сравнительный анализ словесных элементов заявленного и противопоставленного обозначений по фонетическому фактору сходства показал, что их первые два слога фонетически тождественны, а отличаются элементы только согласным звуком в последнем слоге. Таким образом, фонетическое тождество начальных частей обозначений, на которых акцентируется внимание потребителя в первую очередь, приводит к фонетическому сходству сравниваемых обозначений на основании совпадающих звуков и слогов, одинакового расположения совпадающих звуков и слогов в обозначениях. Имеющееся отличие в один согласный звук с учетом существенной длины слов не обеспечивает качественно разное звучание слов сравниваемых знаков, что позволяет сделать вывод об их фонетическом сходстве. При этом фонетическое сходство может быть достаточным для вывода о возможности смешения сопоставляемых знаков, так как именно благодаря сходному звучанию они создают сходное впечатление.

Что касается смыслового фактора, то коллегия отмечает следующее.

Согласно доводам возражения слово «IMPRESSO» переводится с итальянского языка как «запечатлевшийся, отпечатанный» (<https://translate.academic.ru/impresso/it/ru>).

Правообладатель, в свою очередь, приводит значение слова «импрессо» (культура импрессо или культура кардинальной/кардиумной керамики – декоративный стиль эпохи неолита) [3], а также смысловые значения, включая ассоциации слов «impresto» и «IMPRESSO», выявленные специалистом ГЛЭДИС и приведенные в акте экспертного исследования [2], а именно:

- для слова «IMPRESSO» – «нечто отпечатанное, напечатанное, оттиснутое» или «нечто запечатлевшееся», либо «кофейный напиток, полученный без давления», либо «кофейный напиток, полученный методом, предполагающим помещение чего-либо внутрь чего-то иного (исходя из близости к слову «эспрессо» (итал. «espresso») и разбора слова по частям на приставку «IM-», корень «-PRESS-» и грамматический показатель мужского рода «-О»);

- для слова «impresto» – «музыкальное произведение, исполняемое в невысоком темпе», либо «кофейный напиток, предполагающий неторопливое, неспешное, не слишком быстрое приготовление и (или) употребление», либо «нечто иное неторопливое, неспешное, не слишком быстрое», либо «нечто находящееся внутри музыкального произведения, исполняемого в очень высоком темпе» (исходя из разбора слова по частям на приставку «im-» и корень «-presto»).

Проанализировав приведенные источники, коллегия пришла к следующим выводам, касающимся смысловых значений сравниваемых словесных элементов.

Поскольку словесный элемент «impresto» не имеет доказанного участниками спора смыслового значения ни в одном языке, то сравнительный анализ словесных элементов «IMPRESSO» и «impresto» по семантическому критерию сходства не может быть проведен.

Доводы правообладателя о различной смысловой нагрузке словесных элементов сравниваемых товарных знаков, обусловленной словарными значениями

«IMPRESSO» и ассоциациями, выявленными специалистом-лингвистом, для слова «impresto», является неубедительными по следующим причинам.

Сравниваемые слова являются иностранными. Их семантика и смысловая нагрузка не очевидны для российского потребителя, поскольку в данном случае речь не идет о словах заимствованных или словах общей лексики, значение которых известно большинству потребителей. Указанное снижает значение семантического фактора сходства с точки зрения индивидуализирующей способности обозначений.

Кроме того, коллегия считает неприемлемым установление смысловой нагрузки словесного элемента оспариваемого товарного знака путем его разделения на части «im» и «presto», поскольку в данном случае это не обусловлено соответствующим восприятием оспариваемого товарного знака (нет соответствующих впечатлений от знака в целом, обусловленных, например, изобразительным элементом либо графическим выделением указанных частей).

При этом материалы [6], представленные правообладателем, иллюстрируют, что товарные знаки обеих сторон спора, которые применяются для маркировки кофе, сопровождаются указанием (явным или косвенным) на итальянское происхождение продукции, обуславливающим восприятие потребителями словесных элементов «IMPRESSO» и «impresto» как имеющих итальянское происхождение, что, в свою очередь, сближает сравниваемые знаки в их смысловом восприятии.

Что касается визуального признака, то дополнительные графические элементы сравниваемых знаков, как установлено выше, имеют второстепенное значение, с точки зрения индивидуализирующей функции обозначений, поэтому их наличие не является достаточным основанием для признания сравниваемых товарных знаков несходными. При этом выполнение доминирующих элементов сопоставляемых знаков буквами одного алфавита усиливает сходство обозначений.

Таким образом, товарный знак по свидетельству № 523050 и противопоставленный товарный знак по свидетельству № 566035, принадлежащий лицу, подавшему возражение, сходны, исходя из установленного сходства

доминирующих элементов «impresto» и «IMPRESSO», что предопределяет вывод о сходстве знаков в целом.

Сравнительный анализ товаров, приведенных в перечнях сравниваемых регистраций, показал, что оспариваемый товарный знак по свидетельству № 523050 зарегистрирован для товаров «кофе, кофе-сырец, заменители кофе, заменители кофе растительные, напитки кофейно-молочные; напитки кофейные», в отношении которых действует правовая охрана противопоставленного товарного знака по свидетельству № 566035, что обуславливает их однородность.

На основании изложенного коллегия пришла к выводу о том, что оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 566035 в отношении всех товаров 30 класса МКТУ, перечисленных в перечне оспариваемой регистрации, и, следовательно, не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В отношении представленного правообладателем отчета ВЦИОМ [7], иллюстрирующего, по его мнению, несходство сравниваемых товарных знаков с точки зрения потребителей, коллегия отмечает следующее.

При проведении социологического опроса респонденты осознано и целенаправленно подходят к вопросу о восприятии приводимых товарных знаков, а также имеют возможность непосредственно сравнить товарные знаки и обдумать свой ответ необходимое время. На практике, как правило, возможность одновременного восприятия сравниваемых обозначений у потребителей отсутствует, они сравнивают товарный знак с образом, хранящимся в их памяти, и при этом не думают о вопросах смешения товарных знаков.

Анализ анкеты с вопросами, предложенными для ответов респондентам, показал, что имеющийся при проведении данного исследования порядок вопросов и их формулировки преднамеренно формировали мнение опрашиваемых потребителей, что привело к предсказуемости полученных на эти вопросы ответов. В частности, прежде чем респондентам были предложены для сравнения два знака (вопрос № 7), были выделены отличия знаков (вопросы №№ 2 и 5), акцентируется внимание на смысловом значении слова «presto» (вопрос № 3) при восприятии

оспариваемого товарного знака и ассоциациях слова «IMPRESSO» со словом «эспresso» (вопрос № 6) в противопоставленном товарном знаке.

И, несмотря на указанное, на вопрос № 7 (Как Вы считаете, кофе, маркированный данными товарными знаками, выпускается одним производителем или разными производителями?) 63 % респондентов ответили, что товарные знаки принадлежат разным производителям, в то время как 22 % ответили, что одному, и 15 % затруднились ответить на поставленный вопрос. Таким образом, от 22 % до 37 % опрошенных потребителей не смогли однозначно отличить товарные знаки конкурентов, что является внушительной величиной.

С учетом изложенного данные отчета ВЦИОМ [7] не меняют выводов коллегии о сходстве до степени смешения товарных знаков по свидетельствам №№ 523050 и 566035.

Что касается доводов возражения о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара, что создает возможность недобросовестной конкуренции и приводит к противоречию общественным интересам и требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, то они является неубедительным по следующим причинам.

Наличие сходства между сравниваемыми знаками само по себе не является достаточным основанием для вывода о возможности введения потребителя в заблуждение. Вероятность введения потребителя в заблуждение определяется в каждом конкретном случае с учетом фактических обстоятельств и имеющихся в деле документов.

При этом указанные доводы в возражении мотивированы лишь выводом о сходстве сравниваемых знаков. Материалы, приложенные к возражению, не иллюстрируют широкую известность кофе, маркированного противопоставленным товарным знаком, возникшую до даты приоритета оспариваемой регистрации, следовательно, не представляется возможным установить, что сходное обозначение порождает несоответствующее действительности представление об определенном изготовителе или месте происхождения товаров.

Что касается заключения ИС РАН [8], содержащего ответы потребителей на

вопросы о вероятности заблуждения при восприятии сравниваемых знаков, то оно, как упоминалось выше, не может быть положено в основу выводов коллегии по результатам рассмотрения возражения, поступившего 20.03.2017.

Вместе с тем обзор представленного заключения [8] показал, что оно подготовлено по результатам исследования, проведенного в июне 2017 года, и не содержит ретроспективных данных, в то время как охраноспособность товарного знака устанавливается на дату его приоритета.

Иных материалов, касающихся возможности введения потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров, лицом, подавшим возражение, не представлено.

Что касается несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает, что ввиду фантазийности обозначения «impresto», оно не может быть отнесено к словам непристойного содержания, призывам антигуманного характера, оскорбляющим человеческое достоинство, религиозные чувства и т.п. Изобразительный элемент оспариваемого товарного знака также не несет указанных смысловых ассоциаций. Восприятие данного обозначения как непристойного или задевающего чувства людей не подтверждено какими-либо материалами.

В отношении довода возражения о возможности недобросовестной конкуренции со стороны правообладателя, необходимо отметить, что установление такого факта не относится к компетенции федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

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

удовлетворить возражение, поступившее 20.03.2017, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 523050 недействительным полностью.