

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 27.08.2012, поданное Государственным унитарным предприятием «Кизлярский коньячный завод» Комитета Правительства РД по виноградарству и алкогольной промышленности «Дагвино», Россия (далее – лицо, подавшее возражение) против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №459891, при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке №2010737449 с приоритетом от 22.11.2010 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 19.04.2012 за № 459891 на имя ООО "ЦЕНТРАЛЬНЫЙ КИЗЛЯРСКИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ВИНODEЛЬЧЕСКОЙ, ПИВОВАРЕННОЙ, БЕЗАЛКОГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И НАПИТКОВ", Россия (далее – правообладатель) в отношении товаров 32 и 33 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Согласно материалам заявки зарегистрированное обозначение представляет собой этикетку в форме вертикально-ориентированного прямоугольника со скругленными углами, на верхней грани которого выполнена изогнутая линия. В верхней части этикетки, под изогнутой линией размещен портрет П.И. Багратиона, окруженный дубовыми ветвями. В центре этикетки в одну строку выполнена надпись «КАВКАЗСКИЙ ТАНЕЦ», ниже которой расположен горизонтально-

ориентированный прямоугольник. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в следующем цветовом сочетании: «золотистый, коричневый, желтый, черный, зеленый».

В палату по патентным спорам 31.08.2012 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, указанная регистрация была произведена в нарушение требований пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Указанное мотивировано следующими доводами:

- в оспариваемом знаке доминирующее положение занимает портрет героя Отечественной войны 1812 года – генерала Багратиона. Данное утверждение основывается на том, что элемент размещен в верхней части этикетки, с которой начинается ее осмотр потребителем, оформлением верхней части этикетки в виде изогнутой линии, огибающей изображение Багратиона, а также более крупными размерами этого элемента по отношению к остальным элементам этикетки;

- элемент «КАВКАЗСКИЙ ТАНЕЦ» хоть и расположен в центре этикетки, но незначительно влияет на различительную способность обозначения в целом, поскольку выполнен мелкими буквами черного цвета на темно-коричневом фоне и несопоставим по размеру с изображением Багратиона;

- доминирующий элемент оспариваемого товарного знака представляет собой обозначение, используемое ГУП «Кизлярский коньячный завод» (далее – ГУП «ККЗ») для индивидуализации своей продукции, в частности, бренди и водки, еще с конца прошлого столетия;

- республика Дагестан является родиной российского коньяка, а ГУП «ККЗ», отметивший в 2005 году свое 120-летие, является одним из известнейших производителей данного напитка;

- визитной карточкой предприятия является марочный коньяк «Багратион» группы КС, технология которого была разработана ГУП «ККЗ» и массовый выпуск коньяка начался в 1994 году;

- следует отметить, что права на самую первую регистрацию товарного знака, представляющего собой изображение Багратиона в круге (товарный знак №145737) с приоритетом 01.06.1995 принадлежали ГУП «ККЗ» (на тот момент Арендное предприятие «ККЗ»);

- с момента создания коньяка и по настоящее время коньяк (бренди) «Багратион» производился исключительно ГУП «ККЗ», в силу чего данный напиток у потребителя может ассоциироваться только с этим предприятием;

- в силу длительного и добросовестного использования ГУП «ККЗ» словесно-изобразительного элемента, включающего портретное изображение Багратиона в круге в сочетании с его фамилией, товар, маркированный обозначением, содержащим данный элемент, будет восприниматься как алкогольный напиток, производимый ГУП «ККЗ», в силу чего регистрация данного знака на имя правообладателя в отношении части товаров 33 класса МКТУ будет вводить потребителя в заблуждение относительно производителя товара. В отношении другой части товаров 33 класса МКТУ регистрация будет вводить в заблуждение относительно самого товара. Приведенные доводы следует распространить и на однородные товары 32 класса МКТУ: «пиво, сиропы и прочие составы для изготовления напитков»;

- дополнительные предпосылки для введения потребителя в заблуждение относительно производителя товаров создает то, что местонахождением правообладателя является г. Москва;

- словесный элемент «КАВКАЗСКИЙ ТАНЕЦ» также может вводить потребителя в заблуждение, поскольку слово «кавказский» является производным от существительного «Кавказ» и ассоциируется только с этим регионом, а местонахождением правообладателя является г. Москва;

- введение потребителя в заблуждение относительно производителя товаров влечет за собой нарушение интересов потребителя и, соответственно, нарушает общественные интересы в целом.

Лицо, подавшее возражение, считает себя заинтересованным лицом в подаче данного возражения, поскольку является производителем алкогольных напитков,

одним из элементов оформления которых является словесно-изобразительный элемент в виде портрета генерала Багратиона в обрамлении венка из дубовых листьев. Кроме того, лицо, подавшее возражение, является единственным производителем бренди (коньяка) «БАГРАТИОН» с 1994 года.

В подтверждение изложенных доводов к возражению приложены следующие материалы:

- копии страниц технологической инструкции, 1994 [1];
- копии страниц издания «История виноградарства и виноделия России», 2009 [2];
- копии страниц издания «Виноград и вино России», 1995 [3];
- копии страниц журнала «Виноделие и виноградарство», 3/2002 [4];
- информационные распечатки из сети Интернет [5];
- копии страниц различных изданий («БОСС. Бизнес: организация, стратегия, системы», буклет «Кизлярский коньячный завод – 120 лет труда и славы» и др.) [6];
- копии листов внутренней документации (сведения по розливу, пересчету товарной продукции и т.д.) [7];
- копия справки Комитета по виноградарству и регулированию алкогольного рынка республики Дагестан «Дагвино» от 25.06.2012 [8];
- копии дипломов, почетных дипломов, свидетельств [9];
- распечатки фотографий продукции ГУП «ККЗ» и бланков [10];
- распечатка данных о принадлежности домена kizlyar-cognac.ru [11];
- распечатка свидетельств №№ 145737, 274161, 272215, 274160, 304629 [12];
- распечатка словарного значения слова «даргинцы» [13];
- распечатки с сайтов Федеральной налоговой службы, nls.ru [14];
- копии уставных и регистрационных документов ООО «ЦК НИИ ВПБПН» [15].

Лицом, подавшим возражение, выражена просьба признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по

свидетельству №459891 в отношении всех товаров 33 класса МКТУ и товаров 32 класса МКТУ: «пиво, сиропы и прочие составы для изготовления напитков».

Правообладатель оспариваемого товарного знака, уведомленный в установленном порядке, представил отзыв по мотивам возражения. Доводы отзыва сводятся к следующему:

- словесно-графический элемент в виде портрета П.И Багратиона и надписи «БАГРАТИОН» занимает периферийное положение, а не доминирующее, как указано в возражении;

- по оспариваемому товарному знаку была проведена экспертиза, в ходе проведения которой несоответствия знака положениям пунктов 1-7 статьи 1483 Кодекса выявлено не было;

- довод возражения о том, что указанный элемент ассоциируется исключительно с лицом, подавшим возражение, опровергается данными социологического опроса, согласно которому лишь 2,7 % от всех опрошенных и 2,6 % от респондентов, покупающих крепкий алкоголь, полагают, что производителем продукции, маркируемой товарным знаком, содержащим рассматриваемый элемент, является ГУП «ККЗ»;

- доводы о длительном и добросовестном использовании знака, содержащего словесно-графический элемент, и наличие регистрации №145737, также как и №274160, №272215, ранее принадлежащих ГУП «ККЗ», не могут быть учтены, поскольку, во-первых, действие данных знаков было прекращено 04.05.2009, а во-вторых, они были переданы ИП Б.В. Григорьянц в апреле 2008 года;

- ГУП «ККЗ» являлось лицензиатом правообладателя (по серии товарных знаков - №№ 359130, 359131, 359132), в качестве которого он и использовал для маркировки продукции изображение П.И. Багратиона одновременно с его фамилией, при этом правообладателем были затрачены значительные средства на продвижение знаков (изготавливалась полиграфическая и сувенирная продукция, оплачивалось размещение рекламы и разработка макетов, продвигался сайт ГУП «ККЗ»);

- рисунок, послуживший прототипом для оспариваемого товарного знака, был создан в 1990 году художником Илюхиным Б.С. (известный отечественный портретист) по мотивам созданного им в 1989 году портрета П.И. Багратиона. Художником были разработаны и переданы Ленвинзаводу этикетки для маркировки трехлетних и пятилетних коньяков;

- довод о том, что правообладатель не является производителем продукции, для индивидуализации которой используется оспариваемый товарный знак, не может быть принят во внимание, поскольку действующее законодательство не содержит норм, обязывающих владельца исключительных прав являться производителем продукции;

- необходимо отметить, что под контролем правообладателя производится водка «Багратион. Протокольная Серия. Озеро великое» и настойка «Багратион. Протокольная Серия. Клюква на меду». В 2011 году была разработана и зарегистрирована технологическая инструкция на производство пива, которое готовится к серийному производству на заводе во Владимирской области;

- в отношении пива отдельно следует отметить, что оно не является однородным товаром с товарами 33 класса МКТУ, поскольку пиво обладает потребительскими свойствами, отличными от крепких алкогольных напитков, указанная продукция принципиально различается по способу приготовления и сырью, а также имеет различные условия реализации;

- потребитель не может быть введен в заблуждение относительно производителя товара, поскольку на этикетке в соответствии с требованиями законодательства приводится вся информация о производителе;

- утверждение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация товарного знака на имя правообладателя нарушает общественные интересы не подтверждено. Оспариваемый товарный знак не оскорбляет религиозные чувства и человеческое достоинство. Кроме того, он не несет в себе элементов антигосударственных или антиобщественных лозунгов, не носит непристойный или антигуманный характер;

- лицо, подавшее возражение, утверждает, что использует словесно-графический элемент с конца прошлого столетия, тогда как было образовано 20.02.2001, а правоприемство от Унитарного дочернего предприятия «Кизлярский коньячный завод», которое было ликвидировано 20.02.2001, не доказано.

Также в отзыве приведен подробный анализ деятельности правообладателя оспариваемого товарного знака, ГУП «ККЗ» и ситуации, сложившейся с товарными знаками №№ 145737, 193596, 275215, 273546, 274160, 274161, 279503, 304629.

В подтверждение изложенных доводов правообладателем представлены следующие материалы:

- материалы по переименованию правообладателя в ООО «БАГРАТИОН» [16];
- копия отчета ВЦИОМ, 2012 [17];
- копия письма ЗАО «ВКЗ Дагвино», 07.11.2012 [18];
- копия письма художника с приложением копии эскизов и изображений этикеток [19];
- копия отчета Московского института открытого образования, 2007 [20];
- копии благодарностей [21];
- копии платежных поручений №№ 17, 19, 31 от 24.06.2008, [22];
- копии листов «Большой Советской Энциклопедии», 1970 [23];
- копия решения Арбитражного суда Республики Дагестан от 30.04.2009г. по делу № А15-610/2009 [24].

На основании изложенного правообладателем выражена просьба отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 459891.

Изучив материалы дела и выслушав участников рассмотрения возражения, палата по патентным спорам сочла доводы возражения убедительными.

С учетом даты (22.11.2010) 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, зарегистрированные в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный №4322, и введенные в действие 10.05.2003 (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 способными ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали.

В соответствии с пунктом 2.5.1 Правил к обозначениям, содержащим элементы, являющиеся способными ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя, относятся обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности. Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

В соответствии с пунктом 2.5.2 Правил к обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, 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.

Признаки, приведенные в пункте 2.5.2 Правил, не являются исчерпывающими.



Оспариваемый товарный знак  представляет собой комбинированное обозначение - этикетку, выполненную в форме вертикально-ориентированного прямоугольника со скругленными углами, на верхней грани которого выполнен

овальный выступ. В верхней части (под выступом) в круге размещен изобразительный элемент – портрет П.И. Багратиона. С внешней стороны круга расположены дубовые ветви, между верхними концами которых выполнена надпись «БАГРАТИОН». В центре этикетки в одну строку выполнена надпись «КАВКАЗСКИЙ ТАНЕЦ», ниже которой расположен горизонтально-ориентированный прямоугольник. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в следующем цветовом сочетании: «золотистый, коричневый, желтый, черный, зеленый».

Анализ оспариваемого товарного знака показал, что он содержит в своем составе словесно-изобразительную композицию в виде портрета П.И. Багратиона, выполненного в круге, с внешней стороны которого расположены дубовые ветви, между верхними концами которых размещена надпись «БАГРАТИОН».

Согласно материалам, представленным обеими сторонами, указанная композиция воспроизводит обозначение, используемое в составе этикетки на бренди «БАГРАТИОН», фактически производимом ГУП «Кизлярский коньячный завод».

Сведения с сайта <http://www.kizlyar-cognac.ru/> и представленные документы [1-10] показывают, что история коньячного завода в г. Кизляре как производителя коньяков (бренди) прослеживается с 1885 года. «Кизлярский коньячный завод» позиционирует себя как производитель высококачественной продукции. В различных средствах массовой информации (издания, журналы, сеть Интернет) имеется информация о том, что кизлярский коньяк приобретает известность с 1885 г., когда профессиональный винодел Давид Сараджев объединил несколько винокурен. Мало кто догадывался тогда, что уже через несколько десятилетий эта фактория превратится в крупнейшее производство – Кизлярский коньячный завод. Кизлярский коньячный завод производит легендарные коньяки и успешно продолжает свою историю, которая началась полтора века назад. К Олимпийским играм 1980 года Кизлярскому коньячному заводу было предложено изготовить новый коньяк – “Олимпийский”. Для этой цели в дубовые бочки на отдых был заложен прекрасный коньяк группы КС с медово-цветочными и ванильно-

шоколадными тонами. Однако идея развития не получила, и спустя 10 лет из этого купажного материала был создан коньяк “Багратион”, который был предложен вниманию потребителей в 1994 году. Средний возраст спиртов в напитке – 20 лет. Он имеет темно-янтарный цвет, мягкий, тонкий, гармоничный вкус с большой гаммой оттенков. Знатоки считают “Багратион” “королем коньяков и коньяком королей”, что было подтверждено двумя “Гран-при”, двумя Большими золотыми медалями, двадцатью одной золотой медалью, Международным сертификатом Англии. Кроме того, коньяк “Багратион” был признан лучшим в специальной номинации “Изысканный напиток”.

Материалы [9] свидетельствуют о том, что коньяк «БАГРАТИОН» имеет дипломы и награды многочисленных выставок и конкурсов, в том числе международных. При этом, в каждом дипломе или свидетельстве в качестве производителя указан «Кизлярский коньячный завод».

Об информированности российских потребителей о продукции «Кизлярского коньячного завода», маркированной, в том числе обозначением «БАГРАТИОН», свидетельствуют также публикации [2-6].

До 2008 года Кизлярский коньячный завод являлся правообладателем товарного знака, на котором изображен портрет генерала Багратиона в круге, по свидетельству №145737 с датой приоритета 01.06.1995.

Коллегия палаты по патентным спорам, оценивая в целом все документы, представленные лицом, подавшим возражение, исходила из того, что ГУП «ККЗ» располагается на той же территории, в тех же производственных помещениях, имеет тот же адрес: г. Кизляр, ул. Орджоникидзе, д.60, что и Кизлярский коньячный завод. Кроме того, лицо, подавшее возражение, сохраняет в своем фирменном наименовании название этого завода и кадровый состав специалистов, много лет проработавших на Кизлярском коньячном заводе, в силу чего, имеет все основания восприниматься как продолжатель традиций этого завода.

Несмотря на то, что организационно-правовая форма завода неоднократно менялась, Кизлярский коньячный завод в сознании потребителей всегда

ассоциировался с производителем высококачественных алкогольных напитков, в том числе бренди «БАГРАТИОН».

Коллегия палаты по патентным спорам обращает внимание на то, что согласно представленным документам, например, справка [8], бренди, выпускаемые лицом, подавшим возражение («Три звездочки», «Пять звездочек», «Мой Дагестан» и приведенный в справке ассортимент выпускаемой алкогольной продукции), с 1991 года в верхней части этикеток и на упаковках содержат рассматриваемую словесно-изобразительную композицию.

Кроме того, при публикации в журнале «БОСС» [6] приведена надпись «КОНЬЯКИ КИЗЛЯРА: СЛАДКОЕ И ГОРЬКОЕ», сопровождаемая изобразительной композицией в виде портрета П.И. Багратиона, выполненного в круге, с внешней стороны которого расположены дубовые ветви. Под композицией выполнена горизонтально-ориентированная плашка с надписью «ЗАВОД ОСНОВАН В 1885 ГОДУ».

Указанное свидетельствует о том, что данная композиция, помимо устойчивой ассоциативной связи с бренди «БАГРАТИОН», стала восприниматься в качестве визитной карточки «Кизлярского коньячного завода».

Таким образом, имеются основания для вывода о том, что на дату подачи заявки № 2010737449 словесно-изобразительный элемент оспариваемого товарного знака был широко известен на территории Российской Федерации как маркировка, сопровождаемая продукцию, производимую известным в России заводом ГУП «Кизлярский коньячный завод».

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что регистрация оспариваемого товарного знака по свидетельству № 459891 в отношении алкогольных напитков (товары 33 класса МКТУ и товар 32 класса МКТУ «пиво») на имя правообладателя способна ввести в заблуждение потребителя относительно производителя товаров, что не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Коллегия палаты по патентным спорам отмечает, что правовая норма пункта 3 статьи 1483 Кодекса не содержит указание на значимость пространственного

положения (доминирующее или периферийное) элемента, способного ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров.

Что касается остальных товаров 32 класса МКТУ, в отношении которых лицо, подавшее возражение, просит прекратить правовую охрану оспариваемого товарного знака (сиропа и прочие составы для изготовления напитков), необходимо отметить следующее.

Лицо, подавшее возражение, не представило каких-либо документов, позволяющих утверждать, что на дату приоритета оспариваемого товарного знака безалкогольные напитки, маркированные оспариваемым товарным знаком, производились длительное время в значительных количествах, вызывающих у потребителя стойкую ассоциативную связь с каким-либо иным лицом, помимо его правообладателя.

Лицо, подавшее возражение, никогда не производило безалкогольных напитков, в том числе, сиропов и составов для изготовления безалкогольных напитков, содержащих маркировку обозначением, включающим рассматриваемый словесно-изобразительный элемент.

Таким образом, довод лица, подавшего возражение, о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя безалкогольных напитков, маркированных оспариваемым товарным знаком, не подтверждено материалами возражения.

Что касается результатов социологических опросов [17, 20], необходимо отметить, что анализ представленных отчетов показал, что данные результатов опросов не могут быть признаны убедительными по следующим причинам.

На странице 3 отчета [17] содержится информация о цели исследования – определить мнение респондентов на территории Российской Федерации потребителей алкогольной продукции о производителе алкогольной продукции под товарными знаками № 410345 и № 415681. Указанное свидетельствует, что результаты отчета не применимы к оспариваемому товарному знаку по свидетельству № 459891. Следует также отметить, что лишь 13,4 % от общего количества опрошенных покупают крепкий алкоголь хотя бы раз в неделю и чаще,

несколько раз в месяц, остальные респонденты либо вообще не покупают крепкий алкоголь (29,9 %), либо покупают раз в полгода и реже (21,7%), раз в два-три месяца или раз в месяц (33,1%). Таким образом, приведенные данные не могут свидетельствовать о мнении потребителей алкогольной продукции. Кроме того, целесообразно обратить внимание, что отчет [17] не имеет ретроспективности (дата отчета – 2012 год, дата приоритета – 22.11.2010). Исследование не содержит данных о том, какому количеству из опрошенных вообще знакомы товарные знаки, являющиеся предметом данного исследования, и коньяки, маркированные этими знаками. Наибольший процент опрошенных на вопрос, какая компания является производителем алкогольного напитка «БАГРАТИОН», указали на грузинские предприятия, в названии которых присутствует слово «Багратиони», т.е. в отсутствие знания о существовании коньяков, маркированных товарными знаками по свидетельствам №№410345, 415681, респонденты выбирали производителя с созвучным названием. Исследование также не содержит никакой информации о том, знаком ли респондентам правообладатель оспариваемого товарного знака в качестве производителя алкогольной продукции.

Аналогичные данные содержатся и в опросе [20]: лишь 13,2 % от общего количества опрошенных покупают крепкий алкоголь хотя бы раз в неделю и чаще, несколько раз в месяц, и лишь 12,6 % потребляют алкоголь раз в неделю и чаще, тогда как либо не пьют совсем, либо потребляют один или несколько раз в год – 54,3 % от общего числа опрошенных. Необходимо также отметить, что при проведении опроса (отчет [20]) респондентам демонстрировалась этикетка, иная, чем оспариваемый товарный знак, что не позволяет соотнести результаты отчета с товарным знаком по свидетельству № 459891. Кроме того, исследование не содержит данных о том, какому количеству из опрошенных вообще знакомы товарные знаки, являющиеся предметом данного исследования, и коньяки, маркированные этими знаками. На вопрос, какая компания является производителем алкогольного напитка, маркированного демонстрируемым изображением, было предложено 11 вариантов ответов, при этом правообладатель не включен в данный список и ни один из вариантов не набрал более 6,6 %, т.е. в

отсутствие знания о существовании коньяков, маркированных демонстрируемым изображением, респонденты выбирали производителя наугад. Исследование также не содержит никакой информации о том, знаком ли респондентам правообладатель оспариваемого товарного знака в качестве производителя алкогольной продукции.

Представленные правообладателем материалы [19], свидетельствующие о том, что эскизы этикеток, которыми маркировалась алкогольная продукция Кизлярского коньячного завода, были созданы в 1990 году художником Б.С. Илюхиным для Ленинградского винного завода (позднее ЗАО ВКЗ «Дагвино»), не опровергают доводы возражения о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно производителя алкогольной продукции, поскольку правообладателем товарных знаков, в основу которых были положены эти эскизы, до 2008 года являлось ГУП «Кизлярский коньячный завод». Кроме того, вопрос об авторстве этикеток не является предметом данного рассмотрения.

Информация, приведенная в письме генерального директора ЗАО «ВКЗ Дагвино» [18], о размещении портрета Багратиона на алкогольной продукции, не дает представления о количестве произведенного коньяка, этикетки которого содержат портрет Багратиона, поскольку относятся к общему количеству ординарных и пятилетних коньяков, произведенных предприятием с 1990 по 2012 год, маркированных различными этикетками, содержащими, помимо портрета Багратиона, монограмму директора завода «СНС» и изображение горного тура на щите с подписью «Дагвино». При этом этикетки, на которые ссылается правообладатель, в основе своей композиции содержат товарные знаки, правообладателем которых до 2008 года являлось ГУП «Кизлярский коньячный завод».

Принимая во внимание все обстоятельства в совокупности, коллегия палаты по патентным спорам располагает достаточными основаниями для вывода о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483

Кодекса в отношении всех товаров 33 класса МКТУ и товара 32 класса МКТУ: «пиво».

Относительно доводов возражения о возможности введения потребителя в заблуждение в связи с тем, что оспариваемый товарный знак включает элемент «даргинский танец», необходимо отметить следующее.

Анализ словарно-справочной литературы показал, что слово «Даргинский» имеет в русском языке следующие значения: прил. 1. Относящийся к Кавказу, кавказцам, связанный с ними. 2. Свойственный кавказцам, характерный для них и для Кавказа. 3. Принадлежащий Кавказу, кавказцам. 4. Созданный, выведенный и т.п. на Кавказе или кавказцами. Кавказ (происхождение слова точно не установлено, возможно, оно связано с хеттским "каз-каз" — название народа, жившего на южном берегу Чёрного моря; впервые встречается у древнегреческого драматурга Эсхила в трагедии "Прикованный Прометей"), территория между Чёрным, Азовским и Каспийским морями, простирающаяся от Кумо-Манычской впадины до границы СССР с Турцией и Ираном.

Необходимо отметить, что элемент «кавказский танец» образует грамматически и семантически связанное словосочетание, в котором определяющим словом выступает имя существительное «танец». Исполнение танца не привязано к какой-либо местности. В зависимости от особенностей восприятия конкретного человека, словосочетание «кавказский танец» может вызывать у потребителей ассоциации с национальными особенностями народов Кавказа или с производимым напитком действием (весельем).

Таким образом, соответствующий довод возражения не может быть признан убедительным.

В качестве обоснования довода о противоречии знака общественным интересам (пункт 3 статьи 1483 Кодекса) в тексте возражения указано только на нарушение данных интересов как последствие введения потребителя в заблуждение относительно производителя товаров.

Следует обратить внимание, что с возражением не представлены какие-либо материалы, которые могли бы свидетельствовать о противоречии оспариваемого

товарного знака общественным интересам. А довод о том, что оспариваемый товарный знак нарушает общественные интересы в целом, поскольку его регистрация способна вводить потребителя в заблуждение, является непосредственным умозаключением лица, подавшего возражение, и носит субъективный характер. В этой связи коллегия палаты по патентным спорам считает соответствующий мотив возражения недоказанным.

От правообладателя 16.11.2012 поступило особое мнение, в котором изложены аргументы, повторяющие по существу доводы отзыва. Кроме того, в особом мнении (а также в корреспонденции от 18.12.2012) указано на то, что в Пермском крае расследуется уголовное дело № 549, возбужденное 05.03.2012 по части 2 статьи 371.1 Уголовного кодекса Российской Федерации по факту использования заведомо поддельных специальных марок, защищенных от подделки, путем нанесения на бутылки алкогольной продукции в целях ее дальнейшей реализации. При этом отмечено, что принятие решение о прекращении охраны оспариваемого товарного знака серьезно затруднит ход следствия в части производства и оборота контрафактной продукции, а также откроет границы для неконтролируемого производства и оборота указанной продукции на территории Российской Федерации.

Коллегия палаты по патентным спорам отмечает, что приведенная информация об уголовном деле не относится к критериям охраноспособности товарного знака, регламентированным пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, в связи с чем не может быть соотнесена с рассматриваемым возражением.

Остальные доводы особого мнения от 16.11.2012 проанализированы по тексту заключения и не требуют дополнительной оценки.

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

удовлетворить возражение от 27.08.2012, признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 459891 в отношении товаров 33 класса МКТУ и товара 32 класса МКТУ: «пиво».