

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, рассмотрела возражение от 20.08.2012, поданное Государственным унитарным предприятием «Кизлярский коньячный завод» Комитета Правительства РД по виноградарству и алкогольной промышленности «Дагвино», Республика Дагестан (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 447784, при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке № 2010737447 с приоритетом от 22.11.2010 был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 23.11.2011 за № 447784 на имя Общества с ограниченной ответственностью «Кизляр РосДагИнвест», Рязанская область.

На основании договора, зарегистрированного в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности 20.02.2012, об отчуждении исключительного права на товарный знак в отношении всех товаров его правообладателем стало Общество с ограниченной ответственностью «ЦЕНТРАЛЬНЫЙ КИЗЛЯРСКИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ВИНODEЛЬЧЕСКОЙ, ПИВОВАРЕННОЙ, БЕЗАЛКОГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И НАПИТКОВ», Москва (далее – правообладатель).

Как следует из материалов заявки, оспариваемый товарный знак представляет собой комбинированное обозначение в виде этикетки, включающей в себя прямоугольник с изогнутой линией в верхней части, под которой расположен портрет Багратиона Петра Ивановича, обрамленный окружностью и венком из дубовых листьев. Под изображением генерала Багратиона расположен прямоугольник, обрамленный сверху и снизу вязью.

В Палату по патентным спорам поступило возражение от 20.08.2012, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду того, что, по мнению лица, подавшего возражение, указанная регистрация была произведена в нарушение требований пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку в отношении товаров 32 класса МКТУ: «пиво; сиропы и прочие составы для изготовления напитков» и всех товаров 33 класса МКТУ оспариваемый товарный знак вводит в заблуждение потребителя относительно изготовителя товаров и противоречит общественным интересам.

Лицо, подавшее возражение, считает себя заинтересованным лицом в подаче данного возражения, поскольку является производителем алкогольных напитков, при оформлении которых используется словесно-изобразительная композиция 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.

Доводы возражения сводятся к тому, что оспариваемый комбинированный товарный знак, доминирующим элементом которого является словесно-изобразительная композиция с портретом генерала Багратиона и словом «БАГРАТИОН», способен ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров, поскольку указанная композиция представляет собой обозначение, используемое лицом, подавшим возражение, еще с конца прошлого столетия для индивидуализации своей продукции, в частности, бренди и водки.

В подтверждение доводов возражения были представлены соответствующие материалы, включающие общедоступные источники информации, справки, учетные записи, дипломы выставок, которыми награждался бренди «БАГРАТИОН»,

произведенный лицом, подавшим возражение, в период с 1995 по 2006 год, и другие документы, из которых следует, что алкогольная продукция, маркированная изображением генерала Багратиона и его именем, может ассоциироваться только с ГУП «Кизлярский коньячный завод».

Помимо бренди «БАГРАТИОН», технология которого была разработана в 1994 году, когда начался его массовый выпуск, и который является визитной карточкой предприятия, словесно-изобразительная композиция в виде портрета генерала Багратиона и его имени используется лицом, подавшим возражение, на этикетках бренди «Юбилейный», «Три звездочки», «Пять звездочек», водки «Кизлярка» и других напитков, а также на официальном сайте лица, подавшего возражение, на сопроводительной документации и в рекламе продукции.

В возражении отмечено, что лицо, подавшее возражение, до 2008 года использовало на своей продукции товарный знак по свидетельству № 145737 с приоритетом от 01.06.1995, представляющий собой портретное изображение генерала Багратиона в круге, являясь его правообладателем. Однако, как указано лицом, подавшим возражение, в результате недобросовестных действий руководства предприятия этот товарный знак был уступлен в 2008 году физическому лицу, а затем, в результате серии уступок, другим лицам, последнее из которых (ООО «РосДагИнвест») отказалось от правовой охраны товарного знака по свидетельству № 145737. Впоследствии договор отчуждения исключительного права на товарный знак, заключенный с ГУП «Кизлярский коньячный завод», был признан недействительным. Аналогичная ситуация сложилась и с другими товарными знаками, правообладателем которых являлось лицо, подавшее возражение, и которые включали в себя не только изображение генерала Багратиона и его имя, но и характерные для этикеток рисунки орнаментального характера.

Лицом, подавшим возражение, было отмечено, что ни один из правообладателей оспариваемого товарного знака никогда не производил товары 33 класса МКТУ, указанные в перечне товаров оспариваемой регистрации товарного знака.

Лицо, подавшее возражение, полагает также, что введение в заблуждение потребителя относительно производителя товаров влечет за собой нарушение интересов потребителя и, соответственно, нарушает общественные интересы.

С учетом изложенного лицо, подавшее возражение, просило признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 447784 недействительным в отношении товаров 32 класса МКТУ «пиво; сиропы и прочие составы для изготовления напитков» и всех товаров 33 класса МКТУ.

В подтверждение изложенных доводов к возражению были приложены следующие материалы:

- копия технологической инструкции по производству марочного коньяка группы КС «БАГРАТИОН» ТИ 10 РФ 2832919 – 40 – 94, введенной 08.12.1994 [1];
- копии страниц издания «Виноград и вино России», 1995 [2];
- копии страниц издания «Коньяки России», 2004 [3];
- копии страниц издания «История виноградарства и виноделия России», 2009 [4];
- копии страниц журнала «Виноделие и Виноградарство» № 3, 2002 [5];
- копия статьи из газеты «Дагестанская правда» от 28.09.2001 [6];
- копия статьи «Кизлярский коньячный завод» от 14.11.2002, опубликованной на сайте «<http://pey.narod.ru/drink/ruscog/rcog0401.html>» [7];
- копия страниц издания «Кизлярский коньячный завод – 120 лет труда и славы» [8];
- копия страниц журнала «БОСС» № 8 / 2002 спецвыпуск [9];
- копии учетных записей за 1991, 1992, 1993, 1997, 1998, 2011 гг. [10];
- копии справок Комитета по виноградарству и регулированию алкогольного рынка Республики Дагестан «ДАГВИНО» [11];
- копии дипломов и грамот [12];
- результаты поисковых запросов в сети Интернет по обозначению «коньяк «Багратион» [13];
- сведения с официального сайта «www.kizlear-cognac.ru» лица, подавшего возражение [14];

- копии упаковки продукции, документации, этикеток [15];
- информация о домене «KIZLYAR-COGNAC.RU» [16];
- сведения о товарных знаках №№ 145737, 274161, 272215, 274160, 304629 [17];
- сведения об ООО «КизлярРосДагИнвест» [18];
- сведения об ООО «ЦЕНТРАЛЬНЫЙ КИЗЛЯРСКИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ, ПИВОВАРЕННОЙ, БЕЗАЛКОГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И НАПИТКОВ» [19];
- копия устава ООО «ЦЕНТРАЛЬНЫЙ КИЗЛЯРСКИЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ, ПИВОВАРЕННОЙ, БЕЗАЛКОГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И НАПИТКОВ» [20].

Правообладатель оспариваемого товарного знака, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил на него отзыв, доводы которого сводятся к следующему:

- в оспариваемом товарном знаке словесный элемент «БАГРАТИОН» и портрет П.И. Багратиона, согласно заключению специалиста – патентного поверенного Российской Федерации В.А. Ржевцева, занимает периферийное положение;
- анализ словесного элемента «БАГРАТИОН» и портрета П.И. Багратиона в оспариваемом товарном знаке показывает отсутствие в нем сведений, способных ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его производителя;
- соответствие оспариваемого товарного знака требованиям, изложенным в пунктах 1-7 статьи 1483 Кодекса, было подтверждено в ходе проведения экспертизы, предшествующей регистрации товарного знака;
- результаты социологического исследования, подготовленного ВЦИОМ на основании результатов опроса потребителей алкоголя в октябре 2012 года, опровергают мнение лица, подавшего возражение, о том, что продукция, маркированная портретным изображением генерала П.И. Багратиона в круге, ассоциируется у потребителя исключительно с ГУП «Кизлярский коньячный завод»,

и в ходе опроса было выявлено отсутствие у потребителей алкогольной продукции подобных ассоциаций;

- указанное подтверждается и результатами социологического исследования, проведенного Московским институтом открытого образования;

- довод лица, подавшего возражение, о длительном и добросовестном использовании товарных знаков по свидетельствам №№ 145737, 274160, 272215 невозможно анализировать в рамках данного рассмотрения, так как действие данных товарных знаков прекращено 04.05.2009, а сами знаки были уступлены ГУП «Кизлярский коньячный завод» по договору об отчуждении исключительного права другому лицу (ИП Б.В. Григорьянцу) 17.03.2008;

- довод лица, подавшего возражение, о том, что товарные знаки по свидетельствам №№ 145737, 272215, 273546, 274160, 274161, ранее принадлежавшие лицу, подавшему возражение, являются исключительными по своей оформительской составляющей и связаны в сознании потребителя исключительно с лицом, подавшим возражение, опровергаются этикетками, которые использовались также Арендным предприятием «Ленинградский винный завод» ПАПО Дагвино Госагропрома СССР, АООТ «ДАГВИНО», ЗАО ВКЗ «ДАГВИНО», ООО ВКЗ «Кизлярский», ОАО «Уржумский спиртзавод»;

- лицо, подавшее возражение, использовало при производстве своей продукции изображение П.И. Багратиона одновременно с его фамилией посредством заключения лицензионных договоров с правообладателем товарных знаков, включающих это изображение, при этом правообладатель предпринимал меры по продвижению данных товарных знаков, в связи с чем им были понесены значительные материальные затраты, а приобретенная известность знаков является заслугой не производителя товаров, а правообладателя товарных знаков, которыми маркируется данная продукция;

- эскизы этикеток, созданные в 1990 году художником Илюхиным Б.С., были переданы им Ленвинзаводу и ЗАО ВКЗ «Дагвино» для маркировки трехлетних и пятилетних коньяков, а сами этикетки используются с конца 1990 года до настоящего времени;

- довод лица, подавшего возражение, 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 права, которые бы обязывали владельца исключительного права на товарный знак являться производителем продукции, которая им маркируется, то есть данное обстоятельство не может являться основанием для прекращения правовой охраны товарного знака;

- под контролем правообладателя производится водка «Багратион. Протокольная серия» и настойка «Багратион. Протокольная серия», разработана технологическая инструкция на производство пива;

- довод о том, что лицо, подавшее возражение, лишилось товарного знака по свидетельству № 145737, содержавшего изображение П.И. Багратиона, не является основанием для прекращения правовой охраны оспариваемого товарного знака, кроме того, оно, являясь лицензиатом, длительное время оплачивало лицензионные платежи за использование товарных знаков, содержащих данное изображение;

- продав товарные знаки, лицо, подавшее возражение, отказалось от их истории, репутации и известности, кроме того, заключив лицензионные договоры на их использование, подтвердило легитимность и законность правопреемства;

- утверждение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация товарного знака на имя правообладателя влечет за собой нарушение общественных интересов, не подтверждено материалами возражения;

- ссылка лица, подавшего возражение, на правопреемство от Унитарного дочернего предприятия «Кизлярский коньячный завод» является неправомерной, поскольку последнее было ликвидировано Постановлением Администрации города Кизляр № 37/1 от 20.02.2001, а ликвидация юридического лица влечет за собой его прекращение без перехода прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам;

- портрет Багратиона П.И. и словесный элемент «БАГРАТИОН» не могут указывать на место производства товаров, поскольку неподтвержденный и малоизвестный факт рождения П.И. Багратиона в г. Кизляр не может вводить в

заблуждение потребителей, а сам генерал Багратион ассоциируется, прежде всего, с войной 1812 года, Наполеоном и княжеским грузинским родом.

На основании изложенного правообладатель просил отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 447784 в полном объеме.

В подтверждение изложенных доводов правообладателем представлены следующие материалы:

- копии учредительных документов [21];
- копия отчета ВЦИОМ «Определение мнения респондентов о производителе алкогольной продукции под товарными знаками «Багратион», выполненного по свидетельству № 410345, и «Багратион», выполненного по свидетельству № 415681», Москва, 2012 [22];
- копия отчета по результатам социологического исследования, проведенного на базе Московского института открытого образования «Мнение потребителей алкоголя о возможных ассоциациях и возможном потреблении алкоголя под тестируемым изображением этикетки», Москва, 2007 [23];
- копия отчета по результатам социологического исследования, проведенного на базе Московского института открытого образования «Мнение потребителей алкоголя под тестируемым комбинированным изображением этикетки с кольереткой, внутренний порядковый номер 2 Багратион», Москва, 2009 [24];
- копия заключения патентного поверенного В.А. Ржевцева по товарным знакам №№ 377006 и 410345 [25];
- копии лицензионных договоров № 1ЛД08 от 18 декабря 2008 и № 2ЛД09 от 01.07.2009 [26];
- копии документов, подтверждающих меры, предпринимаемые по продвижению товарных знаков, и понесенные в связи с этим затраты [27];
- копии эскизов, послуживших основой для создания этикеток [28];
- копия нотариально заверенного заявления художника Б.С. Илюхина [29];
- копия письма генерального директора ЗАО «ВКЗ Дагвино» от 07.11.2012 с образцами этикеток [30];

- копии писем, адресованных руководителю ООО «ЦК НИИ ВПБП» и ООО «Багратион» [31];
- копия указа Президента Республики Дагестан «О структуре органов исполнительной власти Республики Дагестан» от 3 марта 2010 г. № 54 [32];
- копия технических условий ТУ 9184-037-55010103-11 «ПИВО», экспертное заключение № 241-15-11 от 15.11.2011 на технические условия, копии этикеток для пива «БАГРАТИОН. Протокольная серия» [33];
- копия решения Арбитражного суда Республики Дагестан от 30.04.2009 по делу № А15-610/2009 [34];
- копия Постановления Федерального арбитражного суда Северо-Кавказского округа по делу № А32-17472/2010 от 28.04.2011 по иску к ООО «Агатис» с приложениями [35];
- письма ГУВД по Нижегородской области с определениями об истребовании сведений по делам об административных правонарушениях [36];
- копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица – Государственного унитарного предприятия «Кизлярский коньячный завод» Комитета Правительства РД по виноградарству и алкогольной промышленности «Дагвино» [37];
- копии билетов на концерт «Русская филармония и Wiener Concert Verein в Москве. Шедевры венской классики» в Московском Международном Доме Музыки [38].

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия Палаты по патентным спорам установила следующее.

С учетом даты приоритета оспариваемого товарного знака (22.11.2010) 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 Минюстом России 25.03.2003 № 4322 (далее – Правила).

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 пункту 2.5.1 Правил к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности. Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

Согласно пункту 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.

Оспариваемый товарный знак представляет собой комбинированное обозначение в виде этикетки, характерной для оформления алкогольных напитков. Доминирующее положение в композиции оспариваемого товарного знака занимает портрет героя Отечественной войны 1812 года генерала Багратиона, обрамленный окружностью и венком из ветвей дуба.

Вывод о доминировании изображения портрета Багратиона обусловлен тем обстоятельством, что именно этот элемент композиции запоминается в знаке и акцентирует на себе внимание потребителя.

Согласно материалам, представленным лицом, подавшим возражение, и правообладателем оспариваемого товарного знака, вышеуказанная композиция воспроизводит обозначение, используемое в составе этикеток на алкогольную продукцию, включая коньяки (бренди), производимую ГУП «Кизлярский коньячный завод».

Представленные документы [1] – [14] показывают, что Кизлярский коньячный завод производит легендарные коньяки и успешно продолжает свою историю,

которая началась в 1885 году. К Олимпийским играм 1980 года Кизлярскому коньячному заводу было предложено изготовить новую марку коньяка – «Олимпийский», группы «КС». Для этой цели в дубовые бочки уже был заложен коньяк. Однако идея развития не получила, и спустя 10 лет из этого материала был приготовлен коньяк «БАГРАТИОН». Марка коньяка «БАГРАТИОН» была утверждена в 1994 году [1], с этого же года было начато его производство. Высокое качество коньяка подтверждено многочисленными дипломами и наградами многочисленных выставок и конкурсов, в том числе международных [12]. При этом в каждом дипломе или свидетельстве в качестве производителя указан Кизлярский коньячный завод.

Как следует из справки [11] словесно-изобразительная композиция с изображением генерала Багратиона использовалась Кизлярским коньячным заводом с 1991 года на этикетках и упаковках всего ассортимента выпускаемой алкогольной продукции.

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

Таким образом, за долгие годы у потребителя сформировалась ассоциативная связь между изображением генерала Багратиона и производителем алкогольной продукции в лице Кизлярского коньячного завода. Несмотря на то, что в дальнейшем Кизлярский коньячный завод использовал на своей продукции товарный знак с изображением генерала Багратиона по свидетельству № 379026 на основании лицензионного договора, заключенного с правообладателем, у потребителя никакой ассоциативной связи с правообладателем этого знака не возникало, поскольку коньяк, маркированный обозначением с использованием изображения генерала Багратиона, по-прежнему производился на Кизлярском коньячном заводе, при этом правообладатель предпринимал действия по продвижению этой продукции на российском рынке, что дополнительно способствовало укреплению ассоциативной связи между производителем и его продукцией, маркированной обозначением с изображением генерала Багратиона.

Об информированности российских потребителей о продукции Кизлярского коньячного завода с этикетками, содержащими изображение генерала «Багратиона», свидетельствуют публикации [2] – [9].

Следует отметить, что лицо, подавшее возражение, располагается на той же территории, в тех же производственных помещениях и 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 его традиций.

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» и других напитков, маркированных обозначением с использованием портрета генерала Багратиона.

Кроме того, представленные в возражении сведения [2] – [15] позволяют сделать вывод о том, что композиция с изображением генерала Багратиона, благодаря устойчивой ассоциативной связи с продукцией Кизлярского коньячного завода, стала восприниматься как его визитная карточка.

Таким образом, имеются все основания для вывода о том, что на дату приоритета оспариваемого товарного знака обозначение с использованием изображения генерала Багратиона получило известность на территории Российской Федерации как маркировка алкогольной продукции, производимой известным в России Кизлярским коньячным заводом.

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что оспариваемая регистрация товарного знака на имя правообладателя в отношении алкогольных напитков (товара 32 класса МКТУ «пиво» и всех товаров 33 класса МКТУ) способна ввести в заблуждение потребителя относительно производителя товаров. Следовательно, оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, лицо, подавшее возражение, не представило каких-либо документов, позволяющих утверждать, что на дату приоритета оспариваемого товарного знака маркированные этим знаком безалкогольные напитки производились длительное время в значительных количествах иным лицом, нежели правообладатель, благодаря чему у потребителя могла бы сформироваться устойчивая ассоциативная связь между оспариваемым товарным знаком и этим лицом.

Лицо, подавшее возражение, никогда не производило безалкогольных напитков, в том числе сиропов и составов для приготовления безалкогольных напитков, маркированных обозначениями, содержащими изображение генерала Багратиона.

Таким образом, довод лица, подавшего возражение, о возможности введения в заблуждение потребителя относительно производителя таких товаров 32 класса МКТУ, как сиропы и составы для приготовления безалкогольных напитков, маркированных оспариваемым товарным знаком, не подтверждено материалами возражения.

Что касается результатов социологического исследования [22], представленного правообладателем, то его результаты не могут быть признаны убедительными по следующим причинам.

Целью исследования являлось определение мнения респондентов, потребителей алкогольной продукции, о производителе алкогольной продукции под товарными знаками № 410345 и № 415681. Данное исследование не имеет отношения к оспариваемому товарному знаку по свидетельству № 447784, и оно проводилось в 2012 году, а датой приоритета оспариваемого товарного знака является 22.11.2010.

Кроме того, следует отметить, что достоверность данного исследования вызывает сомнения, поскольку опрос проводился среди потребителей алкогольной продукции, из которых только 13,4% покупали крепкий алкоголь раз в неделю или несколько раз в месяц. Остальные респонденты либо вообще не покупают крепкий алкоголь (29,9%), либо покупают его раз в полгода и реже (21,7%), либо раз в два-

три месяца или раз в месяц (33,1%). 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», то есть при отсутствии знания о существовании коньяков, маркированных товарными знаками по свидетельствам №№ 410345 и 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 опросах [23] – [24]. Так, лишь 13,2% (14,9%) от общего количества опрошенных покупают крепкий алкоголь хотя бы раз в неделю и чаще, несколько раз в месяц или раз в месяц, и лишь 12,6% (10%) потребляют алкоголь раз в неделю и чаще, причем не пьют совсем либо потребляют один или несколько раз в год – 54,3% (52,2%) от общего числа опрошенных. Необходимо также отметить, что при проведении указанных опросов респондентам демонстрировались этикетки иные, чем оспариваемый товарный знак, что не позволяет соотнести результаты отчетов [23] – [24] с товарным знаком по свидетельству № 447784. Социологическое 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 даже не был включен в данный список (см. отчет [23]), и ни один из вариантов не набрал более 6,6%, то есть при отсутствии знания о существовании коньяков, маркированных демонстрируемым изображением, респонденты выбирали производителя наугад. Согласно отчету [24] наибольший процент опрошенных (18,6% и 20,2%) на вопрос, какая компания является производителем алкогольного напитка «БАГРАТИОН», указали на

грузинские предприятия, в названии которых присутствует слово «Багратиони», то есть выбрали производителя с созвучным названием.. Исследование также не содержит никакой информации о том, знаком ли респондентам правообладатель оспариваемого товарного знака в качестве производителя алкогольной продукции.

Представленные правообладателем материалы [28] – [29], 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 в заблуждение потребителя относительно производителя алкогольной продукции, поскольку правообладателем товарных знаков, в основу которых были положены эти эскизы, до 2008 года являлось ГУП «Кизлярский коньячный завод».

Информация, приведенная в письме генерального директора ЗАО «ВКЗ Дагвино» [30], 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 гг. и маркированных различными этикетками, содержащими монограмму директора завода «СНС» и изображение горного тура на щите с надписью «Дагвино». При этом этикетки, на которые ссылается правообладатель, в основе своей композиции имеют товарные знаки, правообладателем которых до 2008 года являлось ГУП «Кизлярский коньячный завод».

Относительно довода лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемая регистрация товарного знака противоречит общественным интересам, следует отметить, что ни само возражение, ни приложенные к нему материалы не содержат аргументов и фактов, позволяющих отнести оспариваемый товарный знак к данной категории обозначений. В тексте возражения содержится только субъективное умозаключение о последствиях введения в заблуждение потребителя, в связи с чем коллегия Палаты по патентным спорам считает соответствующий довод возражения необоснованным.

По результатам рассмотрения возражения правообладателем было представлено особое мнение, в котором изложены аргументы, повторяющие по существу доводы его отзыва, проанализированные выше.

Кроме того, в особом мнении 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 решения 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. В корреспонденции от 18.12.2012 приведена информация о возбуждении уголовного дела в отношении О.В. Левкеева и неустановленных лиц по признакам преступления, предусмотренного частью 3 статьи 180 Уголовного кодекса Российской Федерации.

В связи с указанным следует отметить, что приведенная информация об уголовном деле не относится к критериям охраноспособности товарного знака, предусмотренным пунктом 3 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение от 20.08.2012 и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 447784 недействительным в отношении товаров 32 класса МКТУ «пиво» и всех товаров 33 класса МКТУ.