

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения **возражения** **заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее - Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 25.04.2025 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1010438, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Аква-Лайф» (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак «**Cristallo di rocco**» по заявке №2023711943 с приоритетом от 17.02.2023 зарегистрирован 01.04.2024 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №1010438 на имя Акционерного общества «Московский пиво-безалкогольный комбинат «ОЧАКОВО», 121471, Москва, ул. Рябиновая, 44 (далее – правообладатель или АО МПБК «ОЧАКОВО») в отношении товаров 32 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства, информация о чем была опубликована 01.04.2024 в официальном бюллетене «Товарные знаки, знаки обслуживания, географические указания и наименования мест происхождения товаров» №7 за 2024 год.

В поступившем возражении выражено мнение о том, что регистрация №1010438 товарного знака произведена в нарушение требований, установленных положениями подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Согласно доводам возражения ООО «Аква-Лайф», являясь правообладателем серии товарных знаков «**CRISTELLE**» по свидетельству №457402 с приоритетом от

28.09.2010, «КРИСТЭЛЬ» по свидетельству №457401 с приоритетом от 28.09.2010, CRISTELLE - наслаждайся « совершенством! » по свидетельству №406226 с приоритетом от 04.04.2008, зарегистрированных в отношении товаров 32 класса МКТУ, считает нарушенным свое исключительное право на средство индивидуализации, и тем самым заинтересовано в оспаривании признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1010438.

По мнению ООО «Аква-Лайф», в оспариваемом товарном знаке по свидетельству №1010438, включающем словесный элемент «CRISTALLO di rosso» (произносится как [кристалло ди рокко]), основным словесным элементом является слово «CRISTALLO», за счет которого оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с вышеназванной серией товарных знаков со словесным элементом «CRISTELLE», «КРИСТЭЛЬ». Индивидуализирующие словесные элементы «CRISTALLO» и «CRISTELLE» / «КРИСТЭЛЬ», в которых под ударением находятся первый и второй слоги соответственно, характеризуются наличием аналогичных позиционных фонем, имеют звуковое сходство за счет совпадения большинства фонетически сильных согласных звуков ([кристалло] – [кристелль] (или [кристель]) / [кристэль]) при имеющейся слабости гласных звуков.

Сравниваемые индивидуализирующие элементы производят сходное зрительное впечатление за счет близости начертания графем латинского алфавита, входящих в их состав, находящихся в одинаковой последовательности.

Также согласно доводам возражения сравниваемые товарные знаки вызывают одинаковые смысловые ассоциации, поскольку слово «CRISTALLO» является лексической единицей итальянского языка - глаголом несовершенного вида непереходной формы среднего рода единственного числа со значением «кристалл», а элементы «CRISTELLE» / «КРИСТЭЛЬ» представляют собой неодушевленное существительное мужского рода единственного числа в именительном падеже, не имеющее перевода, но включающее смысловое значение «кристалл, имеющее отношение к кристаллу».

Товары 32 класса МКТУ, для индивидуализации которых предназначены оспариваемый и противопоставленный товарные знаки, относятся к одной и той же группе - водам и напиткам безалкогольным, т.е. являются однородными.

Учитывая изложенное, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1010438 недействительным для части товаров 32 класса МКТУ *«аперитивы безалкогольные; вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды минеральные [напитки]; воды [напитки]; воды столовые; квас; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; порошки для изготовления газированных напитков; порошки для приготовления безалкогольных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; составы для приготовления безалкогольных напитков; составы для производства газированной воды; таблетки для изготовления газированных напитков; щербет [напиток]; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции безалкогольные для приготовления напитков».*

В качестве материалов, иллюстрирующих доводы возражения, представлены следующие документы:

- (1) выписка из официальных публикаций по товарным знакам;
- (2) отзывы потребителей.

Правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству №1010438, ознакомленный в установленном порядке с доводами возражения, представил свой

отзыв, в котором оспаривает мнение ООО «Аква-Лайф» относительно вероятности смешения оспариваемого товарного и противопоставленных товарных знаков.

Правообладатель полагает, что в противопоставленных товарных знаках по свидетельствам №457402, №457401, №406226 отсутствует единый словесный элемент, и, как следствие, они не могут быть признаны серией. Напротив, принадлежащие правообладателю товарные знаки образуют серию, основанную на присутствии в их составе одного и того же словесного элемента «CRISTALLO».

Правообладатель обращает внимание на приведенный в возражении некорректный анализ сравниваемых товарных знаков по всем критериям сходства и использование методически непринятой терминологии при сопоставительном анализе товарных знаков, такой как «позиционная фонема».

Исходя из доводов отзыва, правообладатель обладает исключительным правом на товарные знаки, в которых присутствуют словесные элементы «CRISTALLO» (свидетельства №1037290, №1037291), «CRISTALLO di rocco», «Cristallo di rocco» (свидетельства №950868, №1010438), «ГОРНЫЙ ХРУСТАЛЬ» (свидетельства №600835, №608046), при этом словесный элемент «Cristallo di rocco» в составе оспариваемого товарного знака является семантически значимым, несмотря на изменение последней буквы в слове «rocco», переводится с итальянского языка как устойчивое словосочетание «горный хрусталь», именно эта семантика заложена в вышеназванные товарные знаки правообладателя. В свою очередь словесные элементы «CRISTELLE» / «КРИСТЭЛЬ» противопоставленных товарных знаков не имеют собственного семантического значения, носят фантазийный характер и не имеют сходства с оспариваемым товарным знаком.

В части фонетического критерия сходства правообладатель обращает внимание на существенные звуковые отличия сопоставляемых товарных знаков. Разница восприятия словесных элементов «CRISTALLO di rocco» (произносится как [кристаллодирокко]), «CRISTELLE» (произносится как [крисстэллэ]), «КРИСТЭЛЬ» (произносится как [крисстэл]) обусловлена отличающимся количеством и составом как гласных, так и согласных звуков в данных словах, разным количеством слогов, ударением на разные слоги.

Существенные визуальные отличия сравниваемых товарных знаков обусловлены их разным буквенным составом, отличиями шрифтового исполнения и пространственным положением входящих в их состав словесных элементов.

Присутствие в противопоставленном товарном знаке по свидетельству №406226 иных словесных элементов усиливает отсутствие семантического, фонетического и графического сходства сравниваемых товарных знаков.

Правообладателем не отрицается наличие однородности части товаров 32 класса МКТУ оспариваемого и противопоставленных товарных знаках, однако, по его мнению, фонетические, семантические и графические отличия сравниваемых обозначений исключают вероятность их смешения в гражданском обороте.

Правообладатель обращает внимание на то, что в возражении не приводится документов, из которых бы усматривалось наличие обстоятельств, оказывающих влияние на вероятность смешения сравниваемых товарных знаков, а также указывает на отсутствие использования противопоставленных товарных знаков при реализации продукции лицом, подавшим возражение, в том виде, как они зарегистрированы.

В свою очередь правообладателем подчеркивается использование принадлежащей ему серии зарегистрированных товарных знаков (свидетельства №1037290, №1010438, №1037291, №1037290), в состав которых входит словесный элемент «CRISTALLO», и их известность потребителю, которая подтверждается, в том числе, данными из сети Интернет (например, поисковый запрос в системе Яндекс и Google по словам «Cristallo вода» и «Cristallo di rosso» выдает исключительно продукцию АО МПБК «ОЧАКОВО»). Правообладатель отмечает, что алгоритмы Интернет-поиска продукции по названным словам указывают исключительно на одного производителя соответствующей продукции, и не предоставляют информации о продукции лица, подавшего возражение.

Также в отзыве приводятся аргументы о том, что продукция, маркируемая оспариваемым товарным знаком по свидетельству №1010438, активно реализуется на территории Российской Федерации, в том числе через такие крупные торговые интернет площадки как «OZON» «Яндекс. Маркет» «Соковоз», ассортимент

продукции, маркируемой упомянутыми товарными знаками, указан на сайтах крупных торговых сетей, таких как «WineStyle» и т.д.

В силу изложенного, правообладатель считает, что оснований для вывода о несоответствии оспариваемого товарного знака по свидетельству №1010438 требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса не имеется, и просит сохранить его правовую охрану в силе.

К отзыву правообладателя приложены следующие документы:

(3) результаты поиска в системе Яндекс и Google по словам «Cristallo вода» и «Cristallo di rosso»;

(4) сведения о продукции, маркированной товарными знаками правообладателя.

Лицо, подавшее возражение, ознакомившись с отзывом правообладателя, дополнил свою позицию в корреспонденции, поступившей 18.11.2025, 16.01.2026, 20.01.2026, 26.01.2026 (продублировано 27.01.2026).

Так, консолидированная позиция лица, подавшего возражения, сводится к тому, что группа принадлежащих ему товарных знаков объединена общим словесным элементом «CRISTELLE» (произносится как [крисτέль]) / «КРИСТЭЛЬ» (произносится как [кристэль]), а оспариваемый товарный знак со словесным элементом «CRISTALLO di rosso» (произносится как [кристáллодерокко] или [кристáллодерокка]) включает в свой состав сильный элемент «CRISTALLO», который имеет с противопоставленными товарными знаками одинаковую по звучанию начальную часть «CRIST» / «КРИСТ» и близкие конечные части «-ELLE» / «-ALLO», что определяет наличие фонетического сходства товарных знаков.

Лицо, подавшее возражение, в подтверждение подобной аргументации о сходстве товарных знаков ссылается на выводы Суда по интеллектуальным правам, изложенные в постановлении от 24.09.2025 по делу №СИП-1029/2024, в котором было установлено фонетическое сходство товарных знаков «ТРЕКРЕСИЛ» и «ТРЕКРЕЗАН» / «ТРЕКРЕЗАН» за счет совпадения начальной части «ТРЕКРЕ-».

При этом лицо, подавшее возражение, обращает внимание, что словесная часть «di rosso» в оспариваемом товарном знаке визуально отделена от основного

словесного элемента «CRISTALLO», который и определяет восприятие знака в целом. О доминировании словесного элемента «CRISTALLO» в составе оспариваемого товарного знака, по мнению лица, подавшего возражение, также свидетельствует данные системы ЯндексВордстат, зафиксировавшей в различные периоды времени подавляющее количество запросов потребителей именно по этому слову, а не по словосочетанию «CRISTALLO di rosso».

Семантика элемента «CRISTALLO» как самостоятельного слова «кристалл» зафиксирована в словарно-справочных источниках информации, а слово «di rosso» в переводе с итальянского означает «крепость на горе, цитадель».

Также лицо, подавшее возражение, приводит сведения об использованной им терминологии при анализе фонетического сходства сравниваемых товарных знаков, а именно, раскрывает понятие «позиционная фонема» (разновидность звуковой единицы речи (фонемы), значение которой зависит от ее положения относительно ударения или окружающих звуков в словоформе).

Лицо, подавшее возражение, настаивает на семантическом сходстве сравниваемых товарных знаков друг с другом за счет того, что они ассоциируются по смыслу с кристаллом, что является очевидным для адресной группы потребителей.

Также лицо, подавшее возражение, полагает, что большинство входящих в состав сравниваемых товарных знаков графем имеют сходное начертание, что определяет графическое сходство товарных знаков.

Об известности воды «CRISTELLE», по мнению лица, подавшего возражение, свидетельствует большое количество дистрибьюторов, которые реализуют, в том числе, в Интернет-магазинах Яндекс.Маркет, waterbaikal.ru, vodaplus.ru, vip servicemarket.ru, dostavka-vodu.ru, winestyle.ru, vodo-ley.ru, OZON, WILDBERRIS, гипермаркет «ОКЕЙ», abri-kos.ru, ziggi.ru.

Согласно доводам лица, подавшего возражение, известность продукции ООО «Аква-Лайф» в сопровождении товарных знаков «CRISTELLE» / «КРИСТЭЛЬ» усматривается из присутствия ее на различных публичных мероприятиях – арт-

выставке «Cube.Moscow», презентации бренда итальянской обуви «Hide&Jack», информация о чем размещена на сайте <https://cristell-water.ru/news/>.

Лицо, подавшее возражение, приводит наглядную демонстрацию реализуемой продукции сторон спора, что, по его мнению, свидетельствует о наличии сходства до степени смешения сравниваемых товарных знаков:



Помимо указанного, лицо, подавшее возражение, ссылается на заключения патентных поверенных В.Ю. Макаровой и Калашникова-Розен Ю.С. с позицией относительно наличия сходства до степени смешения между оспариваемым и противопоставленными товарными знаками, которые, как полагает лицо, подавшее возражение, должны быть учтены в рамках настоящего спора, поскольку подобные заключения принимаются судебными органами, например, Арбитражным судом Новосибирской области по делу №А45-36050/2018, исследовавшим вопрос сходства товарных знаков по свидетельствам №610031, №611214.

Дополнительные доводы лица, подавшего возражение, сопровождаются такими документами как:

(5) сведения из различных Интернет-магазинов о продукции в сопровождении товарных знаков «CRISTELLE» / «КРИСТЭЛЬ»;

(6) заключение патентного поверенного В.Ю. Макаровой о сходстве товарного знака №457402 «CRISTELLE» и товарных знаков, в состав которых входит словесный элемент «CRISTALLO» по свидетельствам №1037291, №1037290, №1010438, №950868;

(7) заключение патентного поверенного Калашникова-Розен Ю.С. о сходстве товарного знака №457402 «CRISTELLE» и товарных знаков, в состав которых входит словесный элемент «CRISTALLO» по свидетельствам №1037291, №1037290, №1010438, №950868.

В свою очередь правообладатель, исследовав вышеназванную позицию лица, подавшего возражение, настаивал на отсутствии оснований для вывода о наличии сходства сравниваемых товарных знаков до степени их смешения, а также повторно сослался на некорректность приведенного в возражении и дополнениях к нему сопоставительного анализа по фонетическому, графическому и семантическому критериям сходства.

Представленные ООО «Аква-Лайф» изображения продукции, не являются надлежащим доказательством, и соответственно не могут подтверждать сходства до степени смешения между сравниваемыми обозначениями, поскольку такой вывод может быть сделан на основании сравнительного анализа товарных знаков в том виде, как они отражены в Госреестре, с применением соответствующих правовых норм, устанавливающих критерии такого смешения.

Правообладатель подчеркивает недоказанность позиции лица, подавшего возражение, о высокой степени известности потребителям продукции, маркированными противопоставленными товарными знаками.

Также правообладатель считает, что ссылка лица, подавшего возражение, на данные ЯндексВордстат не являются относимыми к настоящему делу, поскольку не указывает на отдельное восприятие потребителем словесного элемента оспариваемого товарного знака в отрыве от остального обозначения, и, как следствие, не подтверждает наличия сходства до степени смешения между сравниваемыми товарными знаками.

В отношении заключений патентных поверенных правообладатель указывает на сложившиеся правоприменительные судебные подходы, согласно которым вопрос об оценке обозначений на предмет их сходства до степени смешения не может быть поставлен перед экспертом, так как такая оценка дается с точки зрения обычного потребителя соответствующего товара, не обладающего специальными знаниями адресата товаров, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак.

Позицию правообладателя сопровождают распечатки из сети Интернет:

(8) распечатка из сети Яндекс по запросу «позиционная фонема»;

(9) распечатка с ресурса translate.academic.ru в отношении обозначения «cristallo di rocca».

Изучив материалы дела и заслушав участвующих в деле представителей сторон спора, коллегия сочла доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (17.02.2023) приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №1010438 правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков 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 требованиями подпункта 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 том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

Исходя из положений пункта 42 Правил, словесные обозначения сравниваются со словесными и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы. Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость

звук, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звуко сочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звуко сочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) 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;

3) 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).

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Законодательство не конкретизирует понятие «заинтересованное лицо», поэтому таковым может быть признано любое лицо, обосновавшее наличие фактического интереса в признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку (постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 03.04.2012 №16133/11), при этом заинтересованность следует устанавливать в каждом конкретном случае применительно к конкретным основаниям оспаривания предоставления правовой охраны товарному знаку и к тем мотивам, по которым подается возражение.

Основанием для подачи возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1010438 с приоритетом от 17.02.2023 явилось, имеющееся, по мнению ООО «Аква-Лайф», нарушение его исключительного права на товарные знаки по свидетельствам №457402 с приоритетом от 28.09.2010, №457401 с приоритетом от 28.09.2010, №406226 с приоритетом от 04.04.2008.

Необходимо отметить, что предусмотренное подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса ограничение в отношении государственной регистрации товарного знака, тождественного или сходного до степени смешения с имеющим более ранний приоритет товарным знаком, установлено в пользу обладателя «старшего» права на названное средство индивидуализации.

Наличие у лица, подавшего возражение, права на товарные знаки с более ранним приоритетом, с которым, как оно полагает, оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения, позволяет признать ООО «Аква-Лайф» заинтересованным в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1010438 лицом.

В свою очередь анализ по существу приведенных в возражении доводов относительно несоответствия оспариваемого товарного знака по свидетельству №1010438 требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса необходимо отметить следующее.

Оспариваемый товарный знак «**Cristallo di rocco**» по свидетельству №1010438 является словесным, включает словесные элементы, выполненные стандартным шрифтом буквами латинского алфавита, где первая буква – заглавная, остальные - строчные.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1010438 оспаривается в отношении части товаров 32 класса МКТУ *«аперитивы безалкогольные; вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды минеральные [напитки]; воды [напитки]; воды столовые; квас; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад; порошки для изготовления газированных напитков; порошки для приготовления безалкогольных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; составы для приготовления безалкогольных напитков; составы для производства газированной воды; таблетки для изготовления газированных напитков; щербет [напиток]; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции безалкогольные для приготовления напитков».*

Противопоставленный товарный знак «CRISTELLE» по свидетельству №457402 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Противопоставленный товарный знак «КРИСТЭЛЬ» по свидетельству №457401 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами кириллического алфавита.

Противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №457402 и №457401 зарегистрированы в отношении товаров 32 класса МКТУ «минеральные и газированные воды».

Противопоставленный товарный знак «^{CRISTELLE - наслаждайся}
совершенством!

» по свидетельству №406226 также является словесным, включает словесные элементы, выполненные заглавными и строчными буквами латинского и кириллического алфавитов в стандартном шрифтовом исполнении. Товарный знак по свидетельству №406226 зарегистрирован для товаров 32 класса МКТУ «воды».

При сопоставительном анализе товарных знаков коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда РФ), согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но

идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

При наличии соответствующих доказательств суд, определяя вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения, оценивает и иные обстоятельства, в том числе: используется ли товарный знак правообладателем в отношении конкретных товаров; длительность и объем использования товарного знака правообладателем; степень известности, узнаваемости товарного знака; степень внимательности потребителей (зависящая в том числе от категории товаров и их цены); наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

При определении вероятности смешения также могут учитываться представленные лицами, участвующими в деле, доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака, в том числе опросы мнения обычных потребителей соответствующего товара.

Суд учитывает влияние степени сходства обозначений, степени однородности товаров, иных обстоятельств на вероятность смешения, а не каждого из соответствующих обстоятельств друг на друга.

Так, анализ товаров 32 класса МКТУ, приведенных в перечнях оспариваемого товарного знака по свидетельству №1010438 и противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №457402, №457401, №406226, показал, что они либо идентичны, представляя собой минеральные и газированные воды, либо относятся к одной и той же родовой группе – безалкогольные напитки.

Следует упомянуть, что согласно ГОСТ Р 52409-2005 «Продукция безалкогольного и слабоалкогольного производства» к безалкогольным напиткам относят готовый напиток с объемной долей этилового спирта не более 0,5%, а для напитков брожения и на спиртосодержащем сырье — не более 1,2%, на основе питьевой или минеральной воды с общей минерализацией не более 1,0 г/дм³. Напиток может быть, но необязательно, подслащен, подкислен, газирован, может содержать, но необязательно, плоды и ягоды, соки, растительное сырье, молочные продукты, продукты пчеловодства, соли, пищевые добавки, биологически активные добавки и

другие ингредиенты, использование которых допускается нормативными правовыми актами Российской Федерации. Среди напитков, перечисленных в названном ГОСТе, упоминается, в том числе, столовая вода, напиток на основе минеральной воды, т.е. продукция, для индивидуализации которой предоставлена правовая охрана противопоставленным товарным знакам.

Совпадение товаров 32 класса МКТУ оспариваемого и противопоставленных товарных знаков по родовой группе предопределяет их одинаковое назначение, круг потребителей и условия реализации, что обуславливает вывод о высокой степени их однородности.

Довод правообладателя о том, что противопоставленные товарные знаки не используются в том виде, как они зарегистрированы, принят коллегией к сведению. Между тем, при сопоставительном анализе товарных знаков на предмет вероятности их смешения в рамках требований пункта 6 статьи 1483 Кодекса учитывается объем предоставленный им правовой охраны, а не фактическое введение средств индивидуализации в гражданский оборот.

В свою очередь сравнительный анализ оспариваемого и противопоставленных товарных знаков «Cristallo di rocco» по свидетельству №1010438, «CRISTELLE» по свидетельству №457402, «КРИСТЭЛЬ» по свидетельству №457401, CRISTELLE - наслаждайся « совершенством! » по свидетельству №406226 показал следующее.

Так, в составе товарного знака по свидетельству №1010438 первоначальную позицию занимает словесный элемент «Cristallo», именно на нем акцентируется внимание потребителей в первую очередь. Согласно общедоступным словарно-справочным данным¹ слово «Cristallo» является лексической единицей итальянского языка со значением «кристалл, хрусталь, стекло». Что касается словесного элемента «di rocco», то его смысловое значение выявить не удалось. Ссылка правообладателя на устойчивое итальянское словосочетание «cristallo di rocca» со значением «горный хрусталь» (приложение (9)) в данном случае не имеет значения, поскольку в составе

¹ Большой итальянско-русский словарь, <https://translate.academic.ru/cristallo/it/ru/?ysclid=mmq8ufylbn137275680>.

оспариваемого товарного знака присутствует словесный элемент с другим окончанием – «di rosso».

Ссылка лица, подавшего возражение, на семантику словесного элемента «di rosso» как на слова «крепость на горе, цитадель» из материалов возражения также не усматривается.

Исходя из общедоступных словарно-справочных данных, слова «rosso²» присутствует в лексике итальянского языка в значении «ладья, тура, епископский посох», а слово «di³» употребляется в итальянском языке, в частности, при обозначении принадлежности и указании на отношение части к целому.

Учитывая семантику всех словесных элементов, входящих в состав оспариваемого товарного знака, не представляется возможным сделать вывод о том, что они образуют осмысленное словосочетание.

В свою очередь в составе противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №457402, №457401 слова «CRISTELLE» и «КРИСТЭЛЬ» являются единственными индивидуализирующими элементами, а в противопоставленном товарном знаке по свидетельству №406226 слово «CRISTELLE» визуально доминирует за счет выполнения его заглавными буквами. Таким образом, индивидуализирующая роль в противопоставленных товарных знаках отведена словам «CRISTELLE» и «КРИСТЭЛЬ». Несмотря на утверждение правообладателя о том, что семантика названных словесных элементов связана со словом «кристалл», коллегия данной информацией не располагает. В возражении не приводится ни одного источника информации, из которого бы усматривалось, что эти слова являются значимыми в каком-либо языке и имеют отношение к такому понятию как «кристалл». В силу изложенного можно говорить о выдуманном характере словесных обозначений «CRISTELLE» и «КРИСТЭЛЬ», что само по себе нивелирует значения семантического критерия сходства, не оказывающего в данном случае никакого влияния на восприятие сравниваемых товарных знаков потребителем и их ассоциирование друг с другом по смыслу.

² Большой итальянско-русский словарь, <https://translate.academic.ru/di%20rosso/it/xx/>.

³ Итальянско-русский словарь, https://dic.academic.ru/dic.nsf/ita_rus/19642/di?ysclid=mms9c80aq2717793988.

При сопоставительном анализе сравниваемых словесных обозначений «Cristallo di rosso» и «CRISTELLE» / «КРИСТЭЛЬ» по фонетическому критерию сходства коллегией принималась во внимание этимология этих обозначений, поскольку наличие слова в лексике какого-либо языка предопределяет его определенное звучание. В данном случае оспариваемый товарный знак произносится по правилам чтения итальянских слов, которые обычно читаются так, как пишутся, а каждая буква соответствует определённым звукам⁴. Следует отметить, что в отличие от русского языка, в итальянском языке гласные никогда не редуцируются. Таким образом, словесное обозначение «Cristallo di rosso» звучит как [крис-тал-ло-ди-рок-ко].

В свою очередь фантазийное слово «CRISTELLE», отсутствующее в лексике какого-либо языка, может иметь разные варианты прочтения в зависимости от познания потребителей в каком-либо иностранном языке. Общепринято, что выдуманные слова, выполненные буквами латинского алфавита, транслитерируются по правилам ГОСТ Р 7.0.34-2014 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Правила упрощенной транслитерации русского письма латинским алфавитом», исходя из которого, слово «CRISTELLE» может быть прочитано как [крис-тел-ле]. Вместе с тем, наличие зарегистрированного товарного знака по свидетельству №457401 со словесным элементом «КРИСТЭЛЬ», а также совместное использование словесных элементов «CRISTELLE» и «КРИСТЭЛЬ»



(«») при индивидуализации готовой продукции лица, подавшего возражение, ориентирует потребителя на восприятие слова «CRISTELLE» как [крис-тэль], при этом ударение может быть как на первом, так и на последнем слоге слова.

Сопоставляемые словесные индивидуализирующие элементы «Cristallo di rosso» ([крис-тал-ло-ди-рок-ко]) и «CRISTELLE» / «КРИСТЭЛЬ» ([крис-тэль]) отличаются составом гласных и согласных звуков, количеством слогов, ударение в них падает на разные гласные звуки. Присутствие же в противопоставленном товарном знаке по свидетельству №406226 дополнительного словесного элемента «наслаждайся вкусом» усиливает разницу фонетики сопоставляемых товарных знаков. Тем самым, можно

⁴ <https://skyeng.ru/articles-italyanskij/dlya-nachinayushchih-it/osnovy-italyanskogo-yazyka-alfavit-chtenie-proiznoshenie/>.

говорить о фонетических отличиях оспариваемого и противопоставленных товарных знаков.

Что касается графического критерия сходства, то следует отметить, что в данном случае он не оказывает какого-либо воздействия на восприятие сравниваемых товарных знаков друг с другом, поскольку сравниваемые товарные знаки по свидетельствам №1010438, №457402, №457401, №406226 выполнены в стандартной шрифтовой манере без каких-либо характерных особенностей, влияющих на их запоминание потребителем. Вместе с тем, разный количественный состав словесных элементов в составе сравниваемых обозначений и отличия в начертании их графем обуславливают разное общее зрительное впечатление от восприятия сравниваемых товарных знаков.

В свете отсутствия ассоциирования сравниваемых товарных знаков по семантическому, фонетическому и графическому критериям сходства не представляется возможным говорить о сходстве оспариваемого и противопоставленных товарных знаков друг с другом в целом.

Что касается представленных в дополнении к возражению заключений патентных поверенных В.Ю. Макаровой и Калашникова-Розен Ю.С. (приложения (6), (7)) с аналогичной лицу, подавшему возражение, позицией относительно наличия сходства до степени смешения между оспариваемым и противопоставленными товарными знаками, то они приняты коллегией к сведению. В данном случае указанные лица выступают с позицией экспертов по вопросам экспертизы товарных знаков.

Между тем, как справедливо отметил правообладатель, исходя из правовой позиции, упомянутой в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ, вопрос об оценке обозначений на предмет их сходства до степени смешения не может быть поставлен перед экспертом, поскольку специальных знаний для установления степени сходства обозначений и однородности товаров не требуется. Аналогичная правовая позиция приводится в пункте 8 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 04.04.2014 №23 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами законодательства

об экспертизе» и Президиума суда по интеллектуальным правам, выраженной в частности в Постановлениях Президиума Суда по интеллектуальным правам от 25.01.2021 по делу СИП-628/2017 и 19.10.2020 по делу №А50-29520/2019, согласно которой суд должен исходить из того, что вопросы права и правовых последствий оценки доказательств не могут быть поставлены перед экспертом, поскольку такая оценка дается судом с точки зрения обычного потребителя, не обладающего специальными познаниями в области лингвистики. Вместе с тем, ознакомившись с представленными заключениями, коллегия обратила внимание на приведенную в них декларативную трактовку смыслового значения сравниваемых товарных знаков безотносительно каких-либо словарных источников, которая носит характер домысливания, что нивелирует результаты этих заключений в принципе.

Что касается приведенной лицом, подавшим возражение, аргументации о фонетическом сходстве оспариваемого и противопоставленных товарных знаков, которая базируется на выводах Суда по интеллектуальным правам, изложенных в постановлении от 24.09.2025 по делу №СИП-1029/2024, то она не может быть принята во внимание в настоящем споре, поскольку судом исследовалось сходство других товарных знаков - «ТРЕКРЕСИЛ» и «ТРЕКРЕЗАН» / «ТРЕКРЕЗАН», имеющих иной набор фонем, нежели сравниваемые обозначения.

Довод лица, подавшего возражение, со ссылкой на данные ресурса <https://wordstat.yandex.ru> о том, что количество поисковых запросов в Яндекс по слову «cristallo» в тысячи раз превышает аналогичные запросы по словосочетанию «cristallo di rosso», принят к сведению, однако сам по себе не свидетельствует о наличии сходства до степени смешения оспариваемого и противопоставленных товарных знаков.

Таким образом, из всего вышеизложенного усматривается, что оспариваемый и противопоставленные товарные знаки, предназначенные для сопровождения однородных товаров 32 классов МКТУ, в силу приведенных выше отличий не ассоциируются друг с другом в целом, следовательно, не могут быть восприняты потребителями как происходящие из одного источника и тем самым смешаны в гражданском обороте. В этой связи оснований для вывода о несоответствии

оспариваемого товарного знака по свидетельству №1010438 требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в данном случае не имеется.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 25.04.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №1010438.