

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☐ возражения ☒ заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), Административный регламент предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, утвержденный приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 27.08.2015 № 602, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 30.09.2015 за №39065 (далее – Административный регламент ОИ) рассмотрела заявление, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 28.04.2025, о признании словесного обозначения «СИТИЛИНК» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 29.11.2024 на имя Общество с ограниченной ответственностью «Ситилинк», 105122, г. Москва, Щелковское ш., д. 7, стр. 1, этаж 1, пом. I, комн. 51 (далее – Заявитель), в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги магазинов по розничной продаже электроники и бытовой техники; услуги интернет-магазина по розничной продаже электроники и бытовой техники».

Заявленное обозначение, в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является словесным, и представляет собой слово «СИТИЛИНК», которое выполнено заглавными буквами кириллического алфавита и является семантически нейтральным в отношении заявленных услуг.

Для подтверждения общеизвестности обозначения Заявителем в соответствии с подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента были представлены следующие материалы:

- Скриншот архивной версии веб-страницы «<http://itrare.ru/articles/citilink-012k9.shtml>» [1];
- Скриншот архивной версии веб-страницы «<https://web.archive.org/web/20130309100554/http://itrare.ru/articles/citilink-312.shtml>» [2];
- Справка об обладателе доменного имени «<https://www.citilink.ru/>» и скриншоты заглавной страницы этого веб-сайта [3];
- Скриншоты веб-версий магазинов приложений «Google Play» и «Apple Store» [4];
- Справка о количестве посещений веб-сайта, приложения и розничных магазинов от 16.04.2025 [5];
- Распечатки веб-страниц «<https://www.citilink.ru/about/stores/all/?types=l>» относительно собственных пунктов выдачи заказов и магазинов ООО «Ситилинк» [6];
- Справка о розничных магазинах, пунктах выдачи и об услугах доставки от 16.04.2025 [7];
- Сведения о бухгалтерской (финансовой) отчетности Заявителя за 2019-2024 годы [8];
- Информация о первом товарном знаке с Обозначением [9];
- Информация о товарных знаках с Обозначением [10];
- Примеры использования Обозначения [11];
- Справка о среднем количестве покупок за периоды с 2016 по 2019, с 2020 по 2022, с 2023 по 2024 от 16.04.2025 [12];
- Распечатки рейтинговых материалов в отношении Заявителя [13];
- Распечатки маркетинговых исследований в отношении Заявителя [14];
- Заключение по результатам Социологического опроса [15];
- Автоматизированная выписка из ЕГРЮЛ на ООО «Ситилинк» [16];

- Распечатки чеков об оказании услуг розничных магазинов [17];
- Распечатки чеков об оказании услуг интернет-магазина [18];
- Диск с распечатками чеков об оказании услуг розничных магазинов и интернет-магазина [19];
- Договор ООО «Ситилинк» и ООО «Итерн» купли-продажи имущества № ОС202204-001 от 25.04.2022, спецификации и акты к нему [20];
- Чеки об оказании Услуг в г. Улан-Удэ и Хабаровск [21];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке KAZAN DIGITAL WEEK – 2023 [22];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке HORECA URAL FORUM 2020 [23];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке KAZAN DIGITAL WEEK – 2024 [24];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке КРД Агрофорум 2024 [25];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке ВЫСТАВКА КРД Анапа 2024 [26];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставках КРД Франчайзинг 2024 Сочи и КРД Франчайзинг в регионы 2024 Сочи [27];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке НВС май 2024 [28];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке РНД июнь 2021 [29];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке Российский промышленник 2023 Камбур М [30];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке Инфотех-2019 [31];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке Инфотех-2020 [32];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке Инфотех-2021 [33];

- Комплект документов об участии Заявителя в выставке Инфотех-2022 [34];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке Инфотех-2023 [35];
- Комплект документов об участии Заявителя в выставке ЯРС Ярмарка контактов сентябрь 2023 [36];
- Таблица магазинов Заявителя [37];
- Маркетинговая деятельность по рекламе и сувенирной продукции (на флэш-накопителе) [38];
- Реклама у блогеров на youtube (на флэш-накопителе) [39];
- Маркетинговые материалы на размещение наружной рекламы [40];
- Договора, ролики и статистика по рекламе у youtube-блогеров [41];
- Рекламные ролики, договора и эфирные справки на региональном и федеральном телевидении [42];
- Договора и передаточные документы на размещение рекламы в Интернете [43];
- Договоры, сопроводительные документы и макеты на изготовление брендированной продукции [44];
- Договор № ММ-01-2018 от 22.01.2018 и рекламные ролики на региональном ТВ за 2018-2022 гг. [45];
- Справка о затратах на рекламу и статистика [46];
- Договора с покупателями [47];
- Договора с крупными покупателями [48];
- Справки о регистрации доменов Ситилинк [49];
- Данные относительно партнерских пунктов выдачи заказов [50];
- Ассортимент магазинов [51];
- Портфолио интеллектуальной собственности [52];
- Договорные документы о разработке приложения [53];

- Чеки о продаже товаров с 2020 по 2024 [54];
- Информация о магазинах Ситилинк [55];
- Публикации и Интернет-статьи с упоминанием заявленного обозначения применительно к заявленным услугам (на флэш-накопителе) [56];
- Документы о взятии товаров на гарантийное обслуживание (на флэш-накопителе) [57];
- Скриншоты видеороликов youtube (на флэш-накопителе) [58];
- Данные о численности населения в 2025 году (на флэш-накопителе) [59];
- Региональные статьи по ФО (на флэш-накопителе) [60];
- Справка о проведенных рекламных компаниях (на флэш-накопителе) [61];
- Справка о доле рынка (на флэш-накопителе) [62];
- Справка об обороте денежных средств (на флэш-накопителе) [63];
- Заявка с описанием заявленного к общеизвестности Обозначения с материальным носителем [64];
- Доверенности на представление интересов ООО «Ситилинк» [65];
- Платежное поручение об уплате государственной пошлины [66];
- Выписка на ООО «Ситилинк» из системы casebook [67].

На заседании коллегий по рассмотрению заявления, состоявшимся 01.07.2025, 29.07.2025, 16.09.2025, 21.10.2025, 20.11.2025, 16.12.2025 принято решение о переносе даты коллегии в связи с предоставленным Заявителем ходатайством.

На заседаниях коллегии по рассмотрению заявления, состоявшимся 16.12.2025 принято решение о переносе даты коллегии.

На заседании коллегий по рассмотрению заявления, состоявшимся 15.01.2026, 27.01.2026 принято решение о переносе даты коллегии в связи с предоставленным Заявителем ходатайством.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (28.04.2025) его подачи, включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883 (далее – Парижская конвенция), Кодекс, Административный регламент ОИ.

В соответствии со статьей 6 bis (1) Парижской конвенции по решению компетентного органа страны регистрации или страны применения товарного знака он может быть признан в этой стране общеизвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами данной конвенции.

Согласно требованиям, установленным пунктом 1 статьи 1508 Кодекса, по заявлению лица, считающего используемое им в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности такое обозначение может быть признано общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если это обозначение в результате интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

В соответствии с абзацем первым и подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента ОИ исчерпывающий перечень документов, необходимых в соответствии с нормативными правовыми актами для предоставления государственной услуги, подлежащих представлению заявителем:

3) подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы (далее - материалы), в том числе заявитель имеет право представить в Роспатент документы, содержащие следующие сведения:

- об интенсивном использовании товарного знака или обозначения, в частности, на территории Российской Федерации. При этом по инициативе заявителя указываются: дата начала использования товарного знака, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака или обозначения; объем реализации этих товаров; способы использования товарного знака или обозначения; среднегодовое количество потребителей товара; положение изготовителя на рынке в соответствующем секторе экономики и тому подобные сведения;

- о странах, в которых товарный знак или обозначение приобрели широкую известность;
- о произведенных затратах на рекламу товарного знака или обозначения (например, годовые финансовые отчеты);
- о стоимости (ценности) товарного знака в соответствии с данными, содержащимися в годовых финансовых отчетах;
- о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака или обозначения, проведенного специализированной независимой организацией, которые могут быть оформлены с учетом рекомендаций, размещенных на Интернет-сайте Роспатента.

Согласно заявлению, признание общеизвестным товарным знаком словесного обозначения «СИТИЛИНК» испрашивается на имя Заявителя с 29.11.2024 в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги магазинов по розничной продаже электроники и бытовой техники; услуги интернет-магазина по розничной продаже электроники и бытовой техники».

Анализ фактических данных, содержащихся в поступившем заявлении и документах [1]-[67], приложенных к нему, свидетельствует о следующем.

Согласно предоставленным скриншотам [1-2], обозначение «СИТИЛИНК» используется с 2008 года, когда начал работу интернет-магазин Заявителя, а в декабре 2008 года открылся первый розничный магазин в Москве, а также открылись точки приема и выдачи заказов в различных регионах Москвы и Московской области.

Предоставленная Заявителем выписка из ЕГРЮЛ на ООО «Ситилинк» [16] свидетельствует о том, что Общество с ограниченной ответственностью «Ситилинк» было внесено в единый государственный реестр юридических лиц 16.03.2018 года.

При этом, Заявителем предоставлена информация [9, 52] о первом товарном знаке №166065 с элементом «СИТИЛИНК», зарегистрированным 17.07.1998 и имеющим дату приоритета от 08.09.1997, а также предоставлены сведения [10] о серии товарных с элементом «СИТИЛИНК», а именно товарные знаки №530315, №563151, №861404, №861412, 926041, 926042. В то же время, представленные в этих документах свидетельства на товарные знаки №909093, №909094, №909095, №965860, №1041839

не могут свидетельствовать об общеизвестности заявленного обозначения, поскольку не содержат обозначения «СИТИЛИНК».

Как следует из выписок на администратора сайта и скриншота заглавной страницы веб-сайта [3, 49], Заявитель оказывает услуги интернет-магазина по розничной продаже электроники и бытовой техники через принадлежащий ему веб-сайт «<https://www.citilink.ru/>» и его варианты под иными доменными адресами, администратором которого он является.

Заявитель прилагает скриншоты и договора на разработку веб-версий магазинов приложений «Google Play» и «Apple Store» [4, 53], в которых отражено принадлежащее Заявителю мобильное приложение, функционирующее как веб-сайт, но обладающее более удобным интерфейсом для покупателя и позволяющее заказывать продукцию через телефон или планшет.

Для подтверждения активного использования веб-сайта, приложения и розничных магазинов «СИТИЛИНК» Заявитель предоставил справку о количестве посещений от 16.04.2025 [5], согласно которой веб сайт «<https://www.citilink.ru/>» посещали: в 2019 году 308 330 360 раз; в 2020 году 421 350 390 раз; в 2021 году 476 853 615 раз; в 2022 году 388 381 739 раз; в 2023 году 291 185 543 раз; в 2024 году 193 514 237 раз. Мобильное приложение демонстрирует следующие показатели: в 2021 совершено 503 690 установок и 354 587 пользователей; в 2022 совершено 1 740 432 установок и 2 402 297 пользователей; в 2023 совершено 1 626 001 установок и 2 909 557 пользователей; в 2024 совершено 1 305 941 установок и 2 334 182 пользователей. Коллегия отмечает постепенной снижение количества пользователей как сайта, так и приложения Заявителя. Данные обстоятельства не дают оснований для вывода о том, что заявленное обозначение приобрело статус общеизвестного товарного знака в ходе длительного и интенсивного использования.

Также согласно справке [5], средняя посещаемость собственных магазинов Заявителя составила: в 2018 году 139 733 человек; в 2019 году 125 636 человек; в 2020 году 83 693 человек; в 2021 году 70 915 человек; в 2022 году 123 318 человек; в 2023 году 89 360 человек; в 2024 году 69 829 человек. Оценка этих данных показывает снижение потребительской активности в сети магазинов «СИТИЛИНК», в связи с чем

не позволяет сделать вывод о том, что заявленное обозначение приобрело статус общеизвестного товарного знака.

Кроме того, в предоставленной распечатке веб-страниц «www.citilink.ru», договорам и справках о розничных магазинах, пунктах выдачи, услугах доставки, а также приложениях к ним [6-7, 37, 55] отражено общее количество действующих магазинов Заявителя: в 2016 году 31 магазин; в 2017 году 45 магазинов; в 2018 году 88 магазинов; в 2019 году 142 магазина; в 2020 году 195 магазинов; в 2021 году 312 магазинов; в 2022 году 172 магазина; в 2023 году 125 магазинов; в 2024 году 130 магазинов, однако данные материалы сигнализируют резкое уменьшение количества розничных магазинов, поскольку в 2021 году сеть магазинов «СИТИЛИНК» насчитывала 312 торговых точек, однако уже к 2024 году их количество снизилось до 130 магазинов. Данное снижение и в целом небольшое количество розничных магазинов не свидетельствуют о заявленном обозначении как о общеизвестном товарном знаке.

В этой же справке отражено количество собственных ПВЗ (пунктов выдачи заказов): в 2016 году 335 пунктов; в 2017 году 440 пунктов; в 2018 году 479 пунктов; в 2019 году 444 пунктов; в 2020 году 605 пунктов; в 2021 году 759 пунктов; в 2022 году 682 пунктов; в 2023 году 516 пунктов; в 2024 году 539 пунктов. Доставка осуществлялась: в 2019 году в 42 города России; в 2020 году в 57 городов России; в 2021 году в 72 города России; в 2022 году в 68 городов России; в 2023 году в 57 городов России; в 2024 году в 76 городов России.

В рамках подтверждения своих финансовых показателей Заявителем предоставлены сведения [8, 63] о бухгалтерской (финансовой) отчетности 2019-2024 годы, в которых отражены следующие экономические показатели: выручка за 2019 год составила 79 246 069 000 рублей; выручка за 2020 год составила 116 524 298 000 рублей; выручка за 2021 год составила 155 653 481 000 рублей; выручка за 2022 год составила 138 041 823 000 рублей; выручка за 2023 год составила 132 688 652 000 рублей; выручка за 2024 год составила 149 592 621 000 рублей и о общем обороте денежных средств: в 2020 году 120 920 000 000 рублей; в 2021 году 150 200 000 000 рублей; в 2022 году 132 600 000 000 рублей; в 2023 году 98 800 000 000 рублей; в 2024 году 101 306 000 000 рублей; в 2025 году 77 820 000 000 рублей. Проанализировав данные материалы установлено, что выручка за 2021 год составила 155 653 481 000 рублей, в то время как

за 2024 год составила 149 592 621 000 рублей; оборот денежных средств за 2021 год составил 155 653 481 000 рублей, а в 2025 году 77 820 000 000 рублей, в частности оборот денежных средств ООО «СИТИЛИНК» в Дальневосточном Федеральном округе снизился с 200 000 000 рублей в 2021 году до 20 000 000 рублей в 2025 году, при учете полного отсутствия информации по обороту в Дальневосточном Федеральном округе за 2023 год. В целом коллегия приходит к выводу, что эти материалы показывают спад экономических показателей за последние несколько лет, в связи с чем они не подтверждают статус заявленного обозначения как общеизвестного товарного знака.

В дополнении, Заявитель предоставил справку [12] о среднем количестве покупок за месяц, согласно которой: через интернет-магазин «www.citilink.ru» за 2016-2019 в среднем 315 091 покупок, за 2020-2022 в среднем 484 323 покупок, за 2023-2024 в среднем 219 359 покупок; через розничные магазины за 2016-2019 в среднем 162 052 покупок, за 2020-2022 в среднем 261 107 покупок, за 2023-2024 в среднем 101 170 покупок; через мобильное приложение за 2020-2022 в среднем 25 460 покупок, за 2023-2024 в среднем 54 035 покупок; через Web Mobile за 2016-2019 в среднем 78 971 покупок, за 2020-2022 в среднем 223 124 покупок, за 2023-2024 в среднем 75 022 покупок. Изучение этих материалов показывает общее снижение: если среднее количество покупок за месяц, через интернет-магазин за 2020-2022 гг. составляло 484 323, то за 2023-2024 гг. только 219 359 покупок; среднее количество покупок за месяц, через Web Mobile с 223 124 покупок за 2020-2022 гг. снизилось до 75 022 покупок за 2023-2024 гг.; среднее количество покупок через курьерскую доставку «до двери» сократилось с 89 922 доставок в 2020-2022 гг. до 65 685 в 2023-2024 гг.

В этой же справке отражены средние показатели доставок за месяц: через собственные ПВЗ (пункты выдачи заказов) за 2016-2019 в среднем 150 388 доставок, за 2020-2022 в среднем 183 810 доставок, за 2023-2024 в среднем 110 127 доставок; через курьерскую доставку «до двери» за 2016-2019 в среднем 41 193 доставок, за 2020-2022 в среднем 89 922 доставок, за 2023-2024 в среднем 65 685 доставок; через партнерские ПВЗ (пункты выдачи заказов) за 2020-2022 в среднем 2 661 доставок, за 2023-2024 в среднем 4 498 доставок. Вышеуказанные данные не демонстрируют роста известности обозначения среди потребителей ввиду снижения показателей во всех видах доставки, кроме доставок через партнерские пункты выдачи заказов. При этом доставки через

партнерские пункты выдачи заказов занимают крайне малую долю от общего числа, в связи с чем не могут свидетельствовать о приобретении обозначением «СИТИЛИНК» статуса общеизвестности.

Анализ вышеуказанных материалов показывает устойчивое снижение экономических показателей сети Заявителя за последние несколько лет практически по всем параметрам, что не способствует признанию заявленного обозначения «СИТИЛИНК» как общеизвестного товарного знака.

Для доказательства использования своего обозначения Заявителем предоставлены фотографии [11], на которых изображено использования заявленного обозначения в магазинах, пунктах выдачи и автомобилях курьерской доставки Заявителя.

Вместе с тем, для подтверждения известности заявленного обозначения Заявителем предоставлены распечатки [13-14] рейтинговых материалов и маркетинговых исследований, согласно которым магазин «СИТИЛИНК» стабильно входит в пятерку самых больших и известных магазинов, в которых можно приобрести бытовую технику и электронику, однако эти данные не подтверждаются материалами заявления и не являются достаточными для вывода о том, что заявленное обозначение приобрело статус общеизвестного товарного знака.

В качестве доказательства ведения экономической деятельности в отношении заявленных услуг Заявителем предоставлены распечатки чеков об оказании услуг розничных магазинов и интернет магазина «СИТИЛИНК», договора с покупателями [17-19, 21, 47, 54], а именно 94 чека за Интернет-заказы с 2020 по 2024 год из таких населенных пунктов как Москва, Санкт-Петербург, Муром, Чебоксары, Казань, Кирово-Чепецк, Набережные Челны, Владикавказ, Киров, Калач-на-Дону, Георгиевск, Ставрополь, Черкесск, Сочи, Кисловодск, Камышин, Пятигорск, Невинномысск, Нальчик, Волгоград, Саратов, Ростов-на-Дону, ст-ца Каневская, Краснодар, а также большое количество чеков из розничных магазинов 2020 по 2024 год. Рассмотрев и исследовав представленные заявителем документы, коллегия установила, что их недостаточно для того, чтобы сделать вывод об известности и интенсивности использования обозначения «СИТИЛИНК» в отношении услуг 35 класса МКТУ

«услуги интернет-магазина по розничной продаже электроники и бытовой техники», ввиду их крайне малого объема. Кроме того, чеки из городов Улан-Удэ и Хабаровск предоставлены только за 2022 год и в малом объеме, в связи с чем являются недостаточными для вывода об активном использовании заявленного обозначения в Дальневосточном федеральном округе на протяжении длительного промежутка времени.

Заявителем также предоставлены договора [20, 48], в котором отражена продажа крупных партий товаров между ООО «Ситилинк» и различными юридическими лицами, такими как: ООО «КЕХ ЕКОММЕРЦ», ООО «Итери», ООО «Марсала», ООО «Мерлион», ООО «ВЕРИСЕЛ-Трейдинг», ООО «СБЕРЛОГИСТИКА», ООО «ЦТЬ», ОАО Пятигорский Завод Импульс, ООО «Научно-производственное предприятие Региональный коммуникационный центр», ООО «Газпром информ», ООО «ЯСЕНЬ-ЭЛЕКТРО», ИП Каманин Максим Алексеевич, ИП Красноцветов Александр Игоревич, ООО «МГСС», ООО «Горсвет», ООО «БЕРКС», ООО «Диан Нао», ООО ИТ-Шаттл, ООО «АйтиПорт», ООО «Деловой Офис», ООО «Тенерис», ООО «Силквей», ООО «Хаскел», ООО «СТЦ». Вместе с тем, часть предоставленных договоров не содержит информации о заявленном обозначении, а именно: 24_П от 11.06.15, 25-05_15 от 25.05.15, 17-04-06 от 10.04.2017 ДиДиЭс – Кронар, № К05/2016-20 от 11.05.2016, 07-14_МФ от 08.09.14 М-Фактор, №П03/2017-43, №30/11-03 от 30.11.2015, № 6/07/15 от 01.07.2015, № П03/2017-68-1, № П02/2017-131, № П02/2017-25-1, № 50 от 21.07.2014, № 16-016ХА от 09.12.2016. С учетом вышеизложенного данные материалы являются недостаточными для вывода о том, что заявленное обозначение «СИТИЛИНК» приобрела статус общеизвестности в ходе длительного использования.

Помимо этого, Заявителем предоставлено информация о ассортименте магазинов [51], в которой отражено присутствие в сети магазинов «СИТИЛИНК» для продажи таких известных брендов как: ACER, ADAPTEC, A-DATA, AGI, AIC, ALTOS, AMD, AOPEN, APACER, AQUARIUS, ASROCK, ASUS, CHENBRO, CISCO, COLORFUL, CORSAIR, CRUCIAL, DAHUA, DELL, DIAMANT, DIGMA, D-LINK, DOTHILL, EMC, EXEGATE, FUJITSU, FUJITSUSIEMENS, GEIL, GIGABYTE, GOOXI, H3C, HDS, HGST, HIKVISION, HP, HPE, HUAWEI, HYNIX, IBM, INDILINX, INFORTREND, INTEL, IOMEGA, IRU, IRU-HP, KINGMAX, KINGSTON, LENOVO,

LG, LITE-ON, LSI, MELLANOX, MICRON, MICROSOFT, MSI, NANYA, NETAC, NETAPP, NONAME, NUTANIX, OCPC, ORACLE, PATRIOT, QLOGIC, QNAP, QTECH, QUANTUM, RDW COMPUTERS, RIKOR, SAMSUNG, SANDISK, SEAGATE, SHUTTLE, SILICON POWER, SUN MICROSYSTEMS, SUPERMICRO, SYNOLOGY, TERADATA, THERMALTAKE, TOSHIBA, TRANSCEND, UTINET, VERITAS, WD, WESTERN DIGITAL, XFUSION, YADRO, ZOTAC, ГРАВИТОН, ТМИ, в то же время, сам факт реализации товаров большого количества брендов не является доказательством приобретения различительной способности, поскольку Заявителем не предоставлены статистические данные по каждой торговой марке, в частности география их реализации и количество проданных экземпляров, в связи с чем данные материалы не позволяют установить известность заявленного обозначения среди потребителей.

Как следует из предоставленных комплектов документов [22-36] Заявитель принимал участие в таких выставках как: KAZAN DIGITAL WEEK – 2023, HORECA URAL FORUM 2020, KAZAN DIGITAL WEEK – 2024, КРД Агрофорум 2024, ВЫСТАВКА КРД Анапа 2024, КРД Франчайзинг 2024 Сочи и КРД Франчайзинг в регионы 2024 Сочи, НВС май 2024, РНД июнь 2021, Российский промышленник 2023 Камбур М, Инфотех-2019, Инфотех-2020, Инфотех-2021, Инфотех-2022, Инфотех-2023, ЯРС Ярмарка контактов сентябрь 2023, KAZAN DIGITAL WEEK – 2023, однако коллегии затруднительно установить насколько участие в данных выставках повлияло на увеличение известности заявленного обозначения «СИТИЛИНК» ввиду отсутствия структурированных отчетов, в которых в частности были бы отражены как общие показатели данных выставок и их посещаемость, так и результаты присутствия стендов Заявителя.

В то же время, предоставлены договора, соглашения и спецификации [38, 40, 44] на размещение рекламных материалов Заявителя на наружных рекламных конструкциях и изготовление брендированной продукции и размещение рекламно-информационных материалов в печатных изданиях, однако коллегия считает их недостаточными для признания заявленного обозначения общеизвестным товарным знаком.

Также, Заявителем предоставлены договора, акты, счета, скриншоты и видеоролики [39, 41, 58] на рекламу у таких youtube-блогеров и каналов как Алексей Столяров, Вадим Бабешкин, Своим Ходом - Виталик и Лиза, Огненное ТВ, AlexGyver, Даня Крастер, ILYA STREKAL, Лиса Рулит, AcademeG, КИНОКРИТИКА, Сокол, Brigman, Игромания, Amway921, Ира Блан, Rina / Рина Николь, Wylsacom, Игромания, НеСпойлер, КИНОКРИТИКА, Мирби, Огненное ТВ, SuperCrastan, Асафьев Стас, SokoL[off] TV, 808, BRIGMAN, Amway921, 4game, inc Хороший выбор!, Future Time, Future Time, DreadCraftStation, Лихой ТопорЪ, SuperCrastan, ГЛЕНТ, Алёна Венум, ЛИТВИН, Осторожно: Собчак, ЖИВОЙ ФУТБОЛ, FROST, «Русский Мясник», ГАБАР, Алексей Столяров, GoldenBurst, GAZ LIVE, Азамат Мусагалиев, ШАСТУН, Lena Kuka crew, Лапенко, Rozetked, «Cut The Crap», KINOKOS, Мастерская Синдиката, Огненное ТВ, Грильков, Данила Поперечный, Нежный редактор, Ляйсан Утяшева, FАMETIME TV, Lena Kuka crew, Алёна Венум, Кухня наизнанку, katyakonasova, Droider, Скажи Гордеевой, Редакция, МИНАЕВ LIVE, Подземелья Чикен Карри, Автосалон Синдикат / Мастерская Синдикат, Михеев и Павлов, Мой компьютер, i2hard, Я Дома!, ТАК ВКУСНО!, LABELSMART, Плохие песни, Азамат Мусагалиев, MUZLOFT, Клименко Тимофей, geekinsight.ru, Мой Компьютер, IGM, Асафьев Стас, Влад Филатов - обзоры гаджетов и видеоигр, geekinsight.ru, Anna Kostenko, Ремонтыш, Welson, МИНАЕВ LIVE, Кинокос, Супер Стас, Настя Туман, EugeneSagaz, GEO, Владимир Логинов, Другая история, Эпичная история, Арсений Петров, Файб, ЛЕСНЫЕ, oblomoff, TheVovkaCom, Kuplinov Play, Mobiltelefon.ru, GAVRILINA, Плохие песни, LABELCOM в период с 2019 по 2024 гг.

Заявителем предоставлены документы, видеоролики и эфирные справки по телерекламе [42, 45], в частности на таких каналах как: «Телеканал 2x2», «Матч ТВ», «Первый канал», «Петербург - 5 канал», «Телекомпания ПЯТНИЦА», «Телеканал REN-TV», «Первый развлекательный СТС», «ТВ-3 Россия», «ТНТ4», «ТНТ», «Че», «Единый Рекламный Канал», «Дом кино», «Женский Рекламный Канал», «Мужской Рекламный Канал», «Домашний», «МУЗ», «Телекомпания НТВ», «Россия 1», «Телеканал REN-TV», «Страна.СуперТВ», Телеканал «СТС LOVE», «Ю-ТВ», вместе с тем, не предоставлено никаких документов о продолжении рекламы на телевидении начиная с 2023 года, что отражает отсутствие непрерывности и регулярности данной рекламы с

учетом даты испрашиваемого приоритета, а именно 29.11.2024, что в свою очередь не свидетельствует о статусе общеизвестности заявленного обозначения.

Как следует из предоставленных договоров и документов [43], Заявителем осуществлялась рекламная компания в сети Интернет с 2016 по 2024 гг., в рамках которой размещали контекстные ссылки на сайт Заявителя «citilink.ru» на таких ресурсах Яндекс.Директ, Google AdWords, market.yandex.ru (Яндекс.Маркет), Avito.ru, price.ru, Товары@Mail.ru, otvet.mail.ru, 7ya.ru, babyblog.ru, Torg.mail, Mobiguru, Aport, poisk-podbor.ru, Topadvert, Regmarkets.ru, Nadavi, на площадках VK Ads, Mintegral, Mi Ads, Appnext, Hybe, Bigo Ads, Mobile inapp, Criteo а также на различных Telegram-каналах.

Для подтверждения высоких затрат на продвижение заявленного обозначения «СИТИЛИНК», предоставлены справка о затратах на рекламу и статистика переходов по рекламе [46], согласно которым в целом с 2018 по 2024 гг. Заявителем было затрачено 19 208 044 055,85 рублей, однако из этих данных коллегии не представляется возможным установить, как, когда и на что распределялись данные затраты, в связи с чем они не подтверждают известности заявленного обозначения на протяжении длительного времени. В дополнении к этому, в отраженной статистике по переходам отслеживается нисходящий тренд: так если в 2022 году общее количество рекламных переходов составило 1 240 141, то за десять месяцев 2024 года общее количество рекламных переходов составило 275 113, что свидетельствует о радикальном снижении рекламной активности и не позволяет коллегии прийти к выводу о том, что заявленное обозначение приобрело статус общеизвестного товарного знака.

Предоставленные Заявителем справки о проведенных рекламных компаниях и доле рынка [61, 62] коллегия оценивает критически, поскольку они без полноценного отчета и в отрыве от экономических показателей, в частности информации по затратам на рекламу по регионам и годам носят декларативный характер и не могут свидетельствовать об известности заявленного обозначения.

Заявленное обозначение представлено в публикациях и Интернет-статьях [56, 60] таких СМИ как: ТАСС, РИА Новости, Российская газета, Бизнес Онлайн, Ведомости, Газета.ru, МаркаКачества, Москва24, Известия, Коммерсантъ,

Чемпионат.com, Retail.ru, ПРАЙМ, РБК, СИБ.ФМ, Lenta.ru, RuNews24.ru, life.ru, kp.ru, АО «Телеканал 360».

Изучив материалы относительно рекламы и публикаций в СМИ с использованием заявленного обозначения, коллегия установила, что этой информации недостаточно для вывода о том что заявленное обозначение «СИТИЛИНК» приобрело в результате длительного и интенсивного использования статус общеизвестного товарного знака.

В отношении документов о взятии товаров на гарантийное обслуживание [57] коллегия отмечает, что они не могут свидетельствовать относительно известности заявленного обозначения «СИТИЛИНК», поскольку не относятся к заявленным услугам «услуги магазинов по розничной продаже электроники и бытовой техники; услуги интернет-магазина по розничной продаже электроники и бытовой техники».

Заявителем предоставлены результаты социологического опроса [15], проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения 20-29 ноября 2024 года среди потребителей в отношении уровня известности словесного обозначения «СИТИЛИНК».

В ходе исследования был проведен интернет-опрос, выборка составила 2000 человек, а опросом были охвачены потребители из 36 населенных пунктов РФ с населением 500 000 человек и более.

Согласно опросу ВЦИОМ, абсолютное большинство участников опроса (95%), отвечая на открытый вопрос, знакомы с обозначением «СИТИЛИНК».

Подавляющее большинство верно указали сферу его применения: отвечая на открытый вопрос, без предложенных вариантов ответа, 78% заявили, что обозначение применяется для продажи бытовой техники и электроники, еще 9% отнесли обозначение к магазинам/интернет-магазинам. При этом, отвечая на закрытый вопрос, 94% опрошенных отнесли заявленное обозначение к продаже бытовой техники и электроники.

Большинство опрошенных знакомы с компанией, использующей обозначение «СИТИЛИНК»: отвечая на открытый вопрос 58% респондентов назвали компанию

Ситилинк; отвечая на закрытый вопрос 88% респондентов назвали компанию ООО «Ситилинк».

Также, большинство участников опроса посещали магазин под данным обозначением: 74% посещали интернет-магазин, 62% офлайн магазин. В то же время, значительная часть опрошенных совершали покупки в магазине «СИТИЛИНК»: 54% в интернет-магазине; 44% в офлайн-магазине.

По мнению подавляющего большинства участников опроса (84%), заявленное обозначение используется одной компанией.

Коллегия учла данные социологического опроса, однако не может принять их как доказательство приобретения статуса общеизвестного товарного знака, поскольку материалами заявления результаты данного опроса не подтверждаются.

Таким образом, коллегия не может сделать вывод о том, что обозначение «СИТИЛИНК» в результате длительного и интенсивного использования стало на 29.11.2024 широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении услуг Заявителя.

В связи с вышеизложенным, коллегия критически оценивает представленные материалы [1-67] и полагает, что они в своей совокупности и взаимосвязи не подтверждают интенсивного и длительного использования Заявителем заявленного обозначения «СИТИЛИНК» в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги магазинов по розничной продаже электроники и бытовой техники; услуги интернет-магазина по розничной продаже электроники и бытовой техники», а также не позволяют установить на указанную дату (29.11.2024) или в период, непосредственно предшествовавший этой дате, что обозначение «СИТИЛИНК» приобрело признаки общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации в отношении заявленных услуг МКТУ.

Учитывая вышеизложенное, на основании абзаца второго пункта 77 Административного регламента коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении заявления, поступившего 28.04.2025, о признании словесного обозначения «СИТИЛИНК» общеизвестным товарным

знаком в Российской Федерации с 29.11.2024, в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги магазинов по розничной продаже электроники и бытовой техники; услуги интернет-магазина по розничной продаже электроники и бытовой техники» на имя Общество с ограниченной ответственностью «Ситилинк».