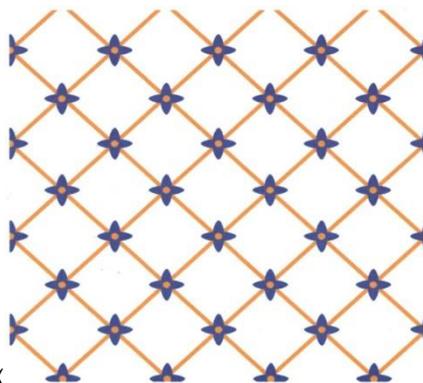
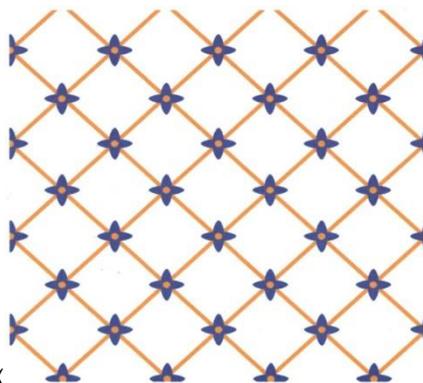


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения **возражения** **заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (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 30.04.2020 № 644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 02.10.2023, поданное Акционерным обществом «Императорский фарфоровый завод» (АО «ИФЗ»), Санкт-Петербург (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 832855, при этом установила следующее.



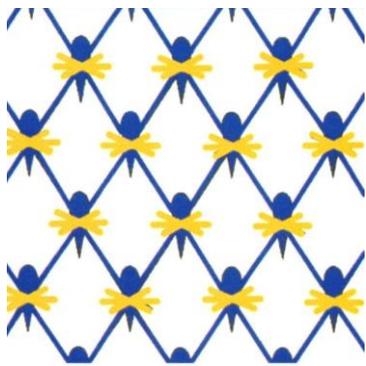
Оспариваемый товарный знак «  » зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 18.10.2021 на основании заявки № 2021716738, поданной 23.03.2021, о чем на имя Общества с ограниченной ответственностью «Мир Посуды», г. Пенза (далее – правообладатель), выдано свидетельство № 832855. Сведения о регистрации товарного знака опубликованы 18.10.2021.

Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 21 класса МКТУ, перечисленных в свидетельстве.

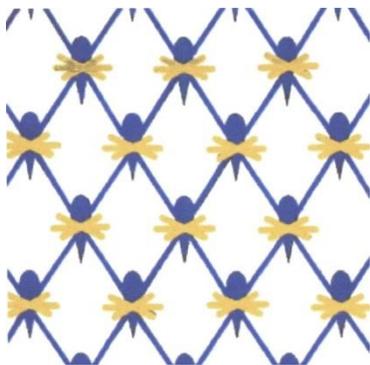
В поступившем 02.10.2023 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражении, а также дополнениях к нему, представленных 22.01.2024, 14.03.2024, выражено мнение лица, его подавшего, о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 832855 произведена в нарушение требований пунктов 6 (2) и 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Доводы лица, подавшего возражение, сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с товарными



знаками « » по свидетельству № 258290 (приоритет: 24.12.2002, срок действия исключительного права продлен до 24.12.2032) и



« » по свидетельству № 594161 (приоритет: 10.11.2015), зарегистрированными на имя лица, подавшего возражение (противопоставляемые товарные знаки);

- изображение, зарегистрированное в качестве противопоставляемых товарных знаков, представляет собой узор под названием «Кобальтовая сетка», который создан в 1944 году художником Яцкевич А.А., был впервые представлен на Всемирной выставке в 1958 году и удостоен золотой медали;

- впоследствии продукция лица, подавшего возражение, содержащая данный узор, неоднократно представлялась на конкурсах, выставках и получала признание,

в частности, в 2016 году сервис «Кобальтовая сетка» также стал лауреатом премии «Гордость отечества» на конкурсе «100 лучших товаров России» (https://aif.ru/culture/art/mnogovekovaya_tradiciya_serviz_ot_ifz_voshel_v_100_luchshih_tovarov_rossii);

- посуда из фарфора, который украшен «Кобальтовой сеткой», представлена в музеях и других учреждениях культуры: согласно информации электронного каталога Государственного Эрмитажа, сервис «Кобальтовая сетка» является постоянным экспонатом данного культурно-исторического музея, изделия, содержащие товарные знаки по свидетельствам №№ 258290, 59416 представлены в Музее керамики, Музее Московского Кремля и в иных музеях Российской Федерации (<https://goskatalog.ru/portal/#/collections?q=%D0%BA%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D1%81%D0%B5%D1%82%D0%BA%D0%B0&imageExists=null>);

- реализация продукции с рисунком «Кобальтовая сетка» производимой лицом, подавшим возражение, осуществляется в фирменных магазинах, а также через электронные площадки (маркетплейсы) (приведены примеры: www.ipm.ru, www.ozon.ru);

- рисунок «Кобальтовая сетка», воплощенный в фарфоровой продукции является одним из самых узнаваемых как на территории Российской Федерации, так и за ее пределами, что подтверждается, в частности, использованием узора в создании арт-объектов (<https://www.uralweb.ru/news/society/544638-v-ekaterinburge-ulichnye-hudojniki-prevratili-volgu-v-farforovyy-serviz-foto.html>);

- продукция с «Кобальтовой сеткой» фигурировала в различных печатных изданиях, например, в издании ООО «Супербрэнд». Супербрэнды. Брэнды-лидеры России. Путь к успеху. В2С. Выпуск 1. - М.: ГМП «Первая Образцовая типография», 2005. С. 32-33;

- информация о «Кобальтовой сетке» находится в открытом доступе в большом объеме и часто является темой для обсуждения пользователей сети «Интернет», а также предметом различных статей, касающихся фарфоровой продукции, что дополнительно подтверждает факт осведомленности жителей

Российской Федерации о противопоставляемых товарных знаках и их правообладател (перечень публикаций, относящихся к товарным знакам по свидетельствам №№ 258290, 59416, в СМИ и печатных изданиях представлен 22.01.2024);

- продажа товара с нанесенными на него товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 59416 осуществляется в 27 фирменных и партнерских магазинах в Санкт-Петербурге и в 36 магазинах в Москве, а также в партнерских сетях в Астрахани, Брянске, Великом Новгороде, Владивостоке, Воронеже, Екатеринбурге, Иваново, Иркутске, Калининграде, Кемерово, Краснодаре, Мурманске, Новороссийске, Пензе, Ростове-на-Дону, Рыбинске, Сочи, Сургуте, Твери, Тольятти, Тюмени, Ульяновске, Ярославле, Уфе (приведены фотографии магазинов) (<https://www.ipm.ru/contacts/stores/>);

- согласно статистическим данным с 2003 г. по настоящее время было реализовано более 3000000 единиц изделий с товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 59416;

- учитывая значительный срок пребывания данных товаров на рынке (более 60 лет), можно сделать вывод об укоренении в сознании потребителя места производства этих товаров и, соответственно, информацию об их высоком качестве;

- сходство оспариваемого и противопоставляемых товарных знаков основано на сходстве их внешней формы, использовании той же цветовой палитры и схемы линий и элементов;

- незначительные различия исполнения рисунков, связанные с изменением геометрических углов в расположении линий и цветов, не оказывают влияния на общее сходное восприятие сравниваемых товарных знаков;

- все отдельные элементы товарных знаков при размещении на товарах имеют небольшой размер по отношению к самому изделию и, таким образом, при визуальном осмотре данной продукции, с точки зрения конечного потребителя, потенциальный покупатель может быть введен в заблуждение относительно происхождения товара, полагая, что данный товар является продолжением серии товаров (суббрендом), маркированных противопоставляемыми товарными знаками;

- сравниваемые товарные знаки производят сходное общее зрительное впечатление, которое они производят в целом на среднего потребителя соответствующих товаров;

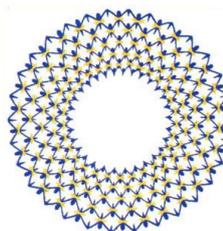
- в данном случае подлежат учету дополнительные факторы, влияющие на вывод о вероятности смешения, а именно: длительность и объем использования противопоставляемых товарных знаков, степень известности, узнаваемости противопоставляемых товарных знаков, наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом;

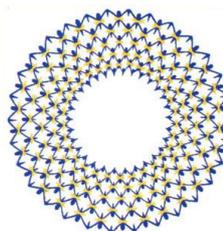
- значительный объем изделий, производимых лицом, подавшим возражение, содержит противопоставляемые товарные знаки, а бренд «Кобальтовая сетка» является одним из самых узнаваемых на территории Российской Федерации для керамической продукции, а также обладает «культовым статусом»: так, президент Российской Федерации В.В. Путин подарил чайный набор, содержащий товарные знаки по свидетельствам №№ 258290, 59416 Т.Б. Юмашевой на юбилей 17.01.2020 (https://www.gazeta.ru/politics/photo/putin_pozdravil_doch_eltsina_s_yubileem.shtml);

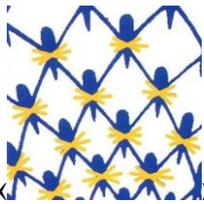
- правообладатель оспариваемого товарного знака использует репутацию и популярность рисунка «Кобальтовая сетка» для получения необоснованной выгоды, что является актом недобросовестной конкуренции и злоупотреблением правом;

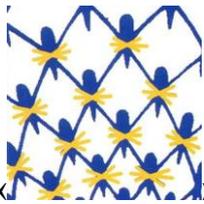
- неправомерное получение экономической выгоды ООО «Мир Посуды» за счет использования сходного до степени смешения товарного знака подтверждается, в том числе, использованием правообладателем и другого товарного знака, сходного с товарным знаком лица, подавшего возражение;

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем и иных товарных знаков, связанных с узором «Кобальтовая сетка», кроме противопоставляемых



товарных знаков, а именно, товарного знака «  » по свидетельству



№ 263057, «» по свидетельству № 259129, « КОБАЛЬТОВАЯ СЕТКА » по свидетельству № 263058;

- товары, указанные в перечне оспариваемого товарного знака, и товары, приведенные в перечнях противопоставляемых товарных знаков, являются однородными;

- продукция сторон спора имеет идентичную внешнюю форму, одинаковое функциональное назначение, совпадает по виду материала, из которого она изготавливается, характеризуется общими условиями реализации и кругом потребителей.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №832855 недействительным полностью.

В подтверждение своих доводов лицо, подавшее возражение, представило следующие материалы:

- (1) копии свидетельств №№ 832855, 258290, 594161;
- (2) копия протокола наблюдательного совета ОАО «Императорский фарфоровый завод» от 31.10.2008;
- (3) скриншоты с сайтов ipm.ru, time.is/ru/, <https://mirpp.ru/>, Wildberries.ru;
- (4) перечень гиперссылок на публикации в сети «Интернет»;
- (5) скриншоты публикаций в сети «Интернет» по указанным гиперссылкам;
- (6) перечень и фотографии страниц из печатных изданий.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении и ознакомленный с материалами возражения и дополнений, представил отзыв, в котором выразил несогласие с доводами лица, подавшего возражение. Отзыв содержит следующие доводы:

- оспариваемый товарный знак и товарные знаки по свидетельствам №№ 258290, 594161, зарегистрированные на имя лица, подавшего возражение, не являются сходными до степени смешения;

- оспариваемый товарный знак, товарный знак по свидетельству № 258290 и товарный знак по свидетельству № 594161 являются изобразительными товарными знаками, поскольку не содержат иных элементов, кроме изобразительных (графических);

- при сравнении оспариваемого товарного знака с противопоставляемыми товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 594161 необходимо обратить внимание на общее зрительное впечатление от указанных обозначений;

- при увеличении изображений элементов сравниваемых товарных знаков общее зрительное впечатление от просмотра порождает в сознании потребителей разные ассоциации и не вызывает смешения;

- об отсутствии сходства до степени смешения между сравниваемыми обозначениями, в частности, свидетельствуют следующие существенные различия: разные цветовые сочетания (в оспариваемом товарном знаке – фиолетовый, оранжевый и белый, в товарных знаках по свидетельствам №№ 258290, 594161 – белый, синий и желтый), разное расстояние между вершинами ромба, разный размер сторон ромба (в оспариваемом товарном знаке расстояние между параллельными вершинами является равным, стороны ромба имеют одинаковую длину, в результате чего при повороте узора можно увидеть квадрат, в товарных знаках по свидетельствам №№ 258290, 594161 расстояние между параллельными вершинами является не равным (расстояние между верхней и нижней вершиной больше, чем между левой и правой), за счет неравного расстояния между параллельными вершинами при повороте узора фигура ромба не будет визуализироваться как квадрат); на вершинах ромбов изображены разные графические элементы (в оспариваемом товарном знаке – звезды с четырьмя лучами; в товарных знаках по свидетельствам №№ 258290, 594161 – фигура овального типа с заостренным нижним концом, на которую наложена фигура, напоминающая искру, состоящую из 6 лучей); количество ромбов в товарном знаке (композиционно общее количество

ромбов в оспариваемом товарном знаке значительно превышает количество ромбов в товарных знаках по свидетельствам №№ 258290, 594161, что визуально создает ощущение того, что товарные знаки по свидетельствам №№ 258290, 594161 представлены в большем масштабе, чем оспариваемый товарный знак, что влияет на разницу восприятия потребителями указанных обозначений); наличие и отсутствие симметрии (в оспариваемом товарном знаке присутствует симметрия составляющих его элементов за счет равного расстояния между параллельными вершинами, тогда как в товарных знаках по свидетельствам №№ 258290, 594161 симметрия отсутствует); смысловое значение (за счет вышеперечисленных различий в сознании потребителей целевой группы оспариваемый товарный знак вызывает другие смысловые ассоциации в сравнении с товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 594161);

- правообладателем было инициировано проведение независимого социологического исследования ведущим научным учреждением в области социологии, по итогам которого было подготовлено заключение № 40-2024 от 27.02.2024, согласно которому среди потребителей товаров 21 класса МКТУ отсутствует вероятность смешения между товарным знаком по свидетельству № 832855 и товарными знаками по свидетельствам №№ 594161, 258290, а также отсутствует вероятность введения потребителей в заблуждение относительно производителя;

- подавляющее большинство респондентов не принимают тестируемые обозначения друг за друга (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161 показатель составил 89 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290 показатель составил 89 %);

- подавляющее большинство опрошенных не принимают исследуемые обозначения друг за друга по внешнему виду (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161 показатель составил 84 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290 показатель составил 85 %)

и смыслу (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161 показатель составил 83 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290 показатель составил 83 %);

- подавляющее большинство потребителей полагают, что кухонная утварь под тестируемыми обозначениями выпускается разными компаниями (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161, маркирующих кухонную утварь, показатель составил 82 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290, маркирующих кухонную утварь, показатель составил 82 %);

- подавляющее большинство потребителей полагают, тестируемые обозначения принадлежат разным компаниям (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161 показатель составил 82 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290 показатель составил 83 %);

- подавляющее большинство респондентов отмечают, что они не могли бы при покупке перепутать между собой кухонную утварь под тестируемыми обозначениями (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161, маркирующих кухонную утварь, показатель составил 86 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290, маркирующих кухонную утварь, показатель составил 87 %);

- на ретроспективную дату 23.03.2021 подавляющее большинство респондентов не принимали тестируемые обозначения друг за друга (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161 показатель составил 89 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290 показатель составил 89 %);

- на дату 23.03.2021 подавляющее большинство опрошенных не принимали исследуемые обозначения друг за друга по внешнему виду (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161 показатель составил 85 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290 показатель составил 85 %) и смыслу (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161 показатель составил 82 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290 показатель составил 83 %);

- отвечая на ретроспективный вопрос, относящийся к дате 23.03.2021, подавляющее большинство потребителей полагают, что если бы им тогда задали вопрос о выпуске кухонной утвари под тестируемыми обозначениями, то они бы ответили, что кухонная утварь под тестируемыми обозначениями выпускается разными компаниями (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161, маркирующих кухонную утварь, показатель составил 82 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290, маркирующих кухонную утварь, показатель составил 82 %);

- подавляющее большинство потребителей полагают, что на ретроспективную дату 23.03.2021 тестируемые обозначения принадлежали разным компаниям (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161 показатель составил 83 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 258290 показатель составил 83 %);

- если бы вопрос задали 23.03.2021, то подавляющее большинство респондентов полагают, что ответили бы, что они не могли бы при покупке перепутать между собой кухонную утварь под тестируемыми обозначениями (при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного знака по свидетельству № 594161, маркирующих кухонную утварь, показатель составил 85 %, при сопоставлении товарного знака по свидетельству № 832855 и товарного

знака по свидетельству № 258290, маркирующих кухонную утварь, показатель составил 86 %);

- по всем индикаторам доля респондентов, выбравших варианты, указывающие на наличие смешения, не превышает пороговое значение в 20 % (согласно постановлению Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 18.07.2006 № 3691/06, при оценке угрозы смешения сходных обозначений данными, подтверждающими наличие такого смешения, могут быть результаты, полученные путем проведения социологического опроса, если как минимум 20 % опрошенных потребителей не могут однозначно отличить сравниваемые обозначения, так как такой процент расценивается как внушительный и оказывающий влияние на продвижение товаров в определенном сегменте рынка);

- потребители полагают, что в настоящее время кухонная утварь, маркированная товарным знаком по свидетельству № 832855, и кухонная утварь, маркированная товарными знаками по свидетельствам №№ 594161, 258290, выпускается разными компаниями, а также сами тестируемые обозначения принадлежат разным компаниям, что соответствует действительности;

- в настоящее время значительная доля потребителей (41 %) считают, что производителем кухонной утвари под товарным знаком по свидетельству № 832855 является ООО «Мир посуды», что соответствует действительности;

- учитывая пункт 9.6 письма Федеральной антимонопольной службы от 24.12.2015 № ИА/74666/15 «О применении четвертого антимонопольного пакета», отсутствуют на сегодняшний день социологические признаки опасности введения потребителей в заблуждение относительно производителя в случае присутствия на рынке товарного знака по свидетельству № 832855;

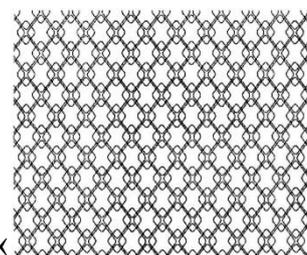
- потребители полагают, что если бы тогда спросили 23.03.2021, то они бы также ответили, что кухонная утварь, маркированная товарным знаком по свидетельству № 832855, и кухонная утварь, маркированная товарными знаками по свидетельствам №№ 594161, 258290, выпускается разными компаниями, а также сами тестируемые обозначения принадлежат разным компаниям, что соответствует действительности;

- на дату 23.03.2021 значительная доля потребителей (39 %) ответили, что считали производителем кухонной утвари, содержащей товарный знак по свидетельству № 832855 ООО «Мир посуды», что соответствует действительности;

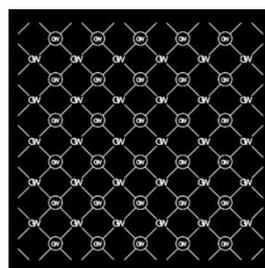
- на дату 23.03.2021 не существовало социологических признаков опасности введения потребителей в заблуждение относительно производителя в случае присутствия на рынке товарного знака по свидетельству № 832855;

- сбор данных проведен в соответствии с требованиями российских и международных профессиональных стандартов качества и нормативных документов, регулирующих социологические исследования, что обеспечивает объективность, достоверность и надежность получаемой информации;

- в настоящее время существует большое количество зарегистрированных товарных знаков с аналогичным композиционным построением структурных элементов, которые не признаны экспертизой Роспатента сходными до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 594161, исключительные права на которые не принадлежат лицам, аффилированным с



лицом, подавшим возражение, например: товарный знак «» по



свидетельству № 609835, товарный знак «» по свидетельству № 866689;

- товары, маркируемые оспариваемым товарным знаком, и товары, маркируемые товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 594161, относятся к совершенно разным ценовым сегментам, что исключает возможность смешения, поскольку для российского потребителя цена является одним из ключевых факторов при выборе соответствующей продукции (розничная цена одной чайной пары,

маркированной товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 594161, составляет 5365 (пять тысяч триста шестьдесят пять) рублей, тогда как кружка, маркируемая оспариваемым товарным знаком, в рознице отпускается по цене всего 723 (семьсот двадцать три) рубля);

- стоимость продукции, маркируемой оспариваемым товарным знаком, и стоимость продукции, маркируемой товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 594161, различается в более чем 7 раз, что позволяет утверждать, что у двух данных видов продукции совершенно разный круг потребителей: продукция, маркируемая товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 594161, относится к премиальному сегменту, тогда как продукция, маркируемая оспариваемым товарным знаком, больше относится к экономичному сегменту;

- указанные обстоятельства свидетельствуют об отсутствии однородности и об отсутствии смешения в глазах потребителей;

- оспариваемый товарный знак и товарные знаки по свидетельствам №№ 258290, 594161 длительное время бесконфликтно сосуществуют на рынке;

- оспариваемый товарный знак ассоциируется у потребителей с правообладателем;

- в Постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам от 27.06.2022 по делу № СИП-1052/2021 (оставлено в силе Верховным Судом Российской Федерации) было подчеркнуто, что для установления вероятности смешения сравниваемых обозначений, помимо прочего, подлежит учету длительное бесконфликтное существование сравниваемых тождественных (сходных до степени смешения) товарных знаков, отсутствие доказательств конфликтного сосуществования сравниваемых товарных знаков может свидетельствовать о том, что смешения между ними не возникает;

- правообладатель активно использует оспариваемый товарный знак, в результате чего в сознании потребителей товаров 21 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, сложились стойкие ассоциации оспариваемого товарного знака именно с правообладателем;

- правообладатель представляет договор аренды нежилого помещения (складов и торговых залов), через которые осуществляется реализация продукции, маркируемой оспариваемым товарным знаком, фотографии с выставок, где презентовалась продукция, маркируемая оспариваемым товарным знаком, договоры, подтверждающие участие правообладателя в выставках, скриншоты страниц социальных сетей, на которых представлены образцы продукции, маркированной оспариваемым товарным знаком, среднее количество просмотров одной записи в сообществе в социальной сети составляет от 600 человек;

- доводы возражения, касающиеся противоречия регистрации оспариваемого товарного знака пункту 6 статьи 1483 Кодекса, по мнению правообладателя, являются несостоятельными и подлежат отклонению;

- удовлетворение возражения противоречило бы принципу правовой определенности (в решении Суда по интеллектуальным правам от 21.03.2022 по делу № СИП-1052/2021 (оставлено без изменения Президиумом Суда по интеллектуальным правам и Верховным Судом Российской Федерации) также обращается внимание на то, что Роспатентом при вынесении решений не должен нарушаться принцип правовой определенности (статья 6-quinquies Парижской конвенции), в том числе должны учитываться прошлое решение Роспатента по оспариваемому товарному знаку, вынесенное по итогам экспертизы по существу, и содержание его выводов о наличии или отсутствии сходства до степени смешения регистрируемого товарного знака с ранее зарегистрированными);

- при регистрации оспариваемого товарного знака Роспатент не усмотрел его несоответствие пункту 6 статьи 1483 Кодекса;

- недоказанность заинтересованности является самостоятельным основанием для отказа в удовлетворении возражения независимо от установления наличия или отсутствия сходства до степени смешения сравниваемых обозначений (решение Суда по интеллектуальным правам от 22.03.2022 по делу № СИП-1344/2021 (в вышестоящих инстанциях не обжаловалось));

- к материалам возражения лицом, его подавшим, не было приложено никаких документов, демонстрирующих ведение лицом, подавшим возражение,

деятельности по производству и продажам товаров 21 класса МКТУ, маркируемых товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 594161, следовательно, лицом, подавшим возражение, не доказана заинтересованность в прекращении правовой охраны оспариваемого товарного знака в отношении товаров 21 класса МКТУ;

- правообладатель не согласен с доводами лица, подавшего возражение, о том, что в целях получения необоснованной экономической выгоды, использует репутацию и популярность бренда «Кобальтовая сетка»;

- помимо ранее приведенного анализа отсутствия сходства до степени смешения между оспариваемым товарным знаком, с одной стороны, и товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 594161, с другой стороны, по графическому, фонетическому и семантическому критериям, необходимо также учитывать отсутствие социологических признаков как сходства до степени смешения, так и введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров;

- отнесение продукции правообладателя, маркируемой оспариваемым товарным знаком, и продукции лица, подавшего возражение, маркируемой товарными знаками по свидетельствам №№ 258290, 594161, к разным ценовым сегментам попросту исключает возможность рядового потребителя перепутать те или иные товары правообладателя и лица, подавшего возражение, при выборе их в магазинах;

- закрепление за лицом, подавшим возражение, исключительного права на словесный товарный знак по свидетельству № 263058 не свидетельствует о том, что впредь никакое лицо не вправе использовать для информирования потребителей о своей продукции общеупотребительных обозначений, к которым возможно отнести обозначение «Сеточка», используемое правообладателем;

- обозначения «КОБАЛЬТОВАЯ СЕТКА» и «Сеточка» даже не являются сходными до степени смешения по графическому, фонетическому и семантическому критериям;

- возражение рассматривается в отношении изобразительного товарного знака, который не содержит словесных элементов, что в принципе исключает возможность его сравнения с товарным знаком по свидетельству № 263058;

- доводы о том, что товарные знаки по свидетельствам №№ 258290, 594161 являются широко известными на территории Российской Федерации за счет того, что продукция, маркированная данными товарными знаками, широко реализуется на рынке, освещалась в средствах массовой информации и является объектом культурного наследия, не подлежат учету, поскольку лицо, подавшее возражение, не учитывает правовых позиций актуальной правоприменительной практики, раскрывающий критерий широкой известности в контексте определения наличия или отсутствия сходства до степени смешения между сравниваемыми обозначениями;

- в Постановлении Суда по интеллектуальным правам от 29.01.2024 по делу № СИП-499/2023 указано, что узнаваемость старшего товарного знака может оказать влияние как на увеличение, так и на уменьшение вероятности смешения сравниваемых средств индивидуализации;

- если возражение подается после начала фактического использования младшего знака, то смешение, даже существовавшее в начальный момент, может начать снижаться по мере привыкания адресной группы потребителей к сосуществованию старшего и младшего знаков, что может учитываться в силу абзаца девятого пункта 2 статьи 1512 Кодекса;

- о влиянии длительного сосуществования товарных знаков на рынке на вероятность смешения также уже отмечалось в правовой позиции, изложенной в Постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам от 27.06.2022 по делу № СИП-1052/2021 (оставлено в силе Верховным Судом Российской Федерации);

- лицом, подавшим возражение, не оспаривается и даже открыто подтверждается, что правообладатель длительное время использует оспариваемый товарный знак для индивидуализации продукции 21 класса МКТУ;

- учитывая представленную правоприменительную практику и дату приоритета оспариваемого товарного знака, лицо, подавшее возражение, в сущности само подтверждает, что оспариваемый товарный знак на протяжении уже как минимум трех лет активно использовался правообладателем для индивидуализации товаров 21 класса МКТУ, в результате чего приобрел широкую известность среди потребителей целевой группы, оспариваемый товарный знак правообладателя и товарные знаки по свидетельствам №№ 258290, 594161 не менее трех лет благоприятно и бесконфликтно сосуществовали на рынке;

- о широкой известности продукции правообладателя на рынке свидетельствует высокая частота запросов «мир посуды», «мир посуды Пенза», «мир посуды каталог» в поисковых системах;

- наличие широкой известности товарных знаков по свидетельствам №№ 258290, 594161 при одновременном наличии широкой известности оспариваемого товарного знака на рынке снижает вероятность смешения указанных обозначений в гражданском обороте вплоть до его полного отсутствия.

На основании вышеизложенного правообладатель просит отказать в полном объеме в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 832855, оставить правовую охрану товарного знака по свидетельству № 832855 в силе.

С отзывом представлены следующие материалы:

(7) копия заключения № 40-2024 от 27.02.2024 по результатам социологического исследования;

(8) копии договора аренды нежилого помещения с дополнительными соглашениями;

(9) фотографии с выставок;

(10) копии договоров об участии правообладателя в выставках;

(11) скриншоты страниц социальных сетей;

(12) статистика.

Корреспонденцией, поступившей 16.05.2024, от лица, подавшего возражение, поступили возражения на отзыв правообладателя, в котором приведены следующие доводы:

- правообладатель приводит некорректные сведения о разном цветовом решении сравниваемых товарных знаков, поскольку указанные в Госреестре цвета являются идентичными;

- необходимость учета цветовой схемы сравниваемых обозначений подтверждается судебной практикой (СИП-862/2022);

- различие в углах наклона пересекающихся линий в сравниваемых товарных знаках не меняет представление об оспариваемом обозначении в качестве сетки;

- доминирующим элементом оспариваемого товарного знака является геометрический узор «сетка»;

- приведенные в отзыве примеры регистраций иных обозначений существенным образом отличаются от оспариваемого товарного знака и не иллюстрируют практику регистрации «подобных» обозначений;

- потребители, покупающую продукцию лица, подавшего возражение, через маркетплейсы, в своих отзывах о покупках товаров правообладателя сообщают о сходстве узоров, размещаемых на товарах сторон спора;

- представленные результаты социологического исследования имеют ряд существенных недостатков: лицо, проводившее социологическое исследование, не является независимым и беспристрастным, действовало на основании договора с правообладателем; вопросы, заданные респондентам, представлены в некорректных формулировках; потребителям не предлагали сравнивать обозначения в ситуации выбора продукции, то есть при размещении их на товарах;

- результаты ответа респондентов на вопрос о том, какая компания является производителем кухонной утвари, содержащей оспариваемый товарный знак, вызывают недоверие, поскольку в настоящее время зарегистрировано более 50 организаций с наименованием «Мир посуды»;

- при запросе «узор "сеточка" на посуде» в поисковой системе первые 37 результатов относятся к лицу, подавшему возражение, а не к правообладателю;

- к заключению о проведении социологического опроса не приложены опросные листы или иное подтверждение получения указанных в заключении ответов респондентов;

- доводы правообладателя об отсутствии однородности товаров сопоставляемых регистраций являются необоснованными: такой критерий как «цена товаров» не выделяется при оценке однородности, при этом сравниваемая продукция имеет идентичные вид (форму), функциональное назначение (посуда и иная кухонная утварь), вид материала (керамика, фарфор), условия и каналы реализации (оптом и в розницу);

- доводы правообладателя об отсутствии заинтересованности со стороны лица, подавшего возражение, несостоятельны, поскольку АО «ИФЗ» осуществляет деятельность в области производства и продажи продукции собственного производства, в том числе, содержащей противопоставляемые товарные знаки;

- сведения о хозяйственной деятельности АО «ИФЗ» размещены в открытом доступе на сайте официального раскрытия информации;

- доводы о широкой известности продукции правообладателя и о «бесконфликтном сосуществовании» оспариваемого и противопоставленных товарных знаков несостоятельны, так как АО «ИФЗ» активно отслеживает контрафактную продукцию и борется с нарушениями, а разница между датой регистрации оспариваемого товарного знака и датой выявления АО «ИФЗ» нарушения, выразившегося в такой регистрации и использовании оспариваемого товарного знака, не является существенной.

В связи с вышеизложенными доводами правообладателем на заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 17.05.2024, представлены дополнительные материалы:

(13) протокол осмотра доказательств – информации, размещенной по ссылке <https://oprosi.online/link/poll/be3a5c15-01a8-4d97-a0dd-caf29c61ff49>;

(14) пояснительные записка социологической организации.

Изучив материалы дела и заслушав представителей сторон спора, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (23.03.2021) заявки № 2021716738 на регистрацию оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572) (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с пунктом 6 (2) 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.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков:

- 1) внешняя форма;
- 2) наличие или отсутствие симметрии;
- 3) смысловое значение;
- 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное);
- 5) сочетание цветов и тонов.

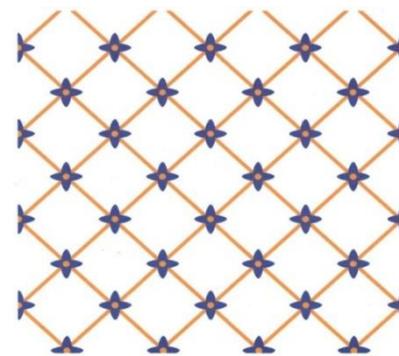
Признаки, указанные в пункте 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

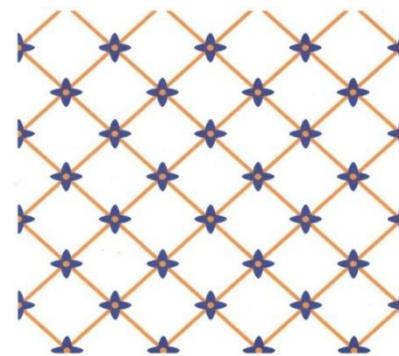
Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

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).

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 832855 (приоритет от



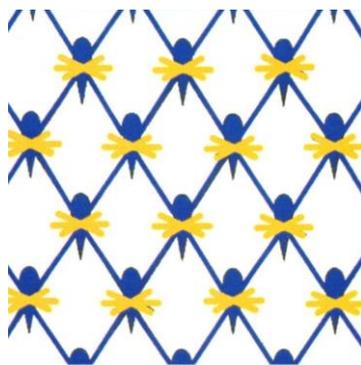
23.03.2021) является изобразительным обозначением «», выполненным в синем, желтом, белом цветовом сочетании, представляющим собой орнамент на белом фоне, состоящий из композиции пересекающихся желтых линий и одинаковых фигур, размещенных в перекрестиях. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 21 класса МКТУ, указанных в свидетельстве.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом.

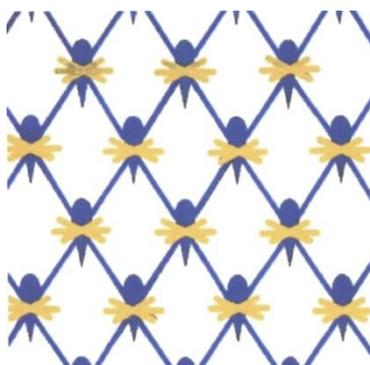
Данная норма не конкретизирует понятие «заинтересованное лицо» и не содержит ограничений по видам заинтересованности, в связи с чем заинтересованным лицом может быть признано любое лицо, доказавшее наличие фактического интереса в прекращении правовой охраны зарегистрированного обозначения (правовая позиция изложена в постановлении президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 03.04.2012 № 16133/11, Определении Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации № 300-ЭС21-11315 от 26.10.2021). При этом заинтересованность оценивается исходя из оснований оспаривания правовой охраны товарного знака.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 832855 оспаривается лицом, подавшим возражение, по основаниям, предусмотренным пунктами 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Анализ заинтересованности лица, подавшего возражение, предусмотренной пунктом 2 статьи 1513 Кодекса, показал, что лицо, подавшее возражение, является



правообладателем товарных знаков «



№ 258290 и «

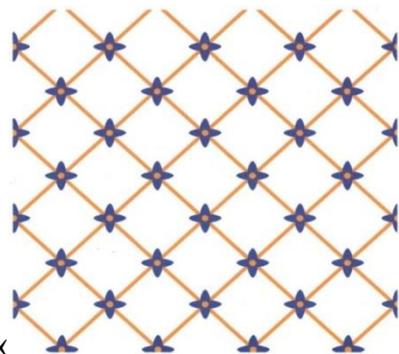
»

по свидетельству

№ 594161,

зарегистрированных, в том числе, в отношении товаров 21 класса МКТУ.

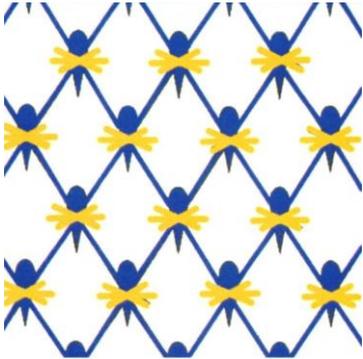
Изображение, зарегистрированное в качестве противопоставляемых товарных знаков, представляет собой узор под названием «Кобальтовая сетка». Продукция лица, подавшего возражение, содержащая данный узор, представлялась на конкурсах, выставках и получала признание, представлена в музеях и других учреждениях культуры.

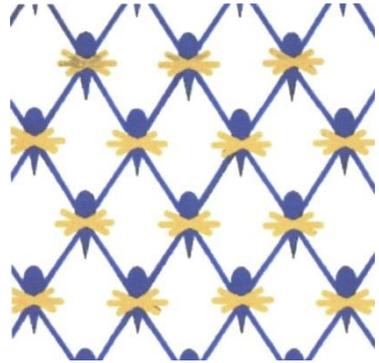


Ввиду того, что правовая охрана товарного знака «

оспаривается по основаниям, направленным на защиту прав правообладателей средств индивидуализации, а также на недопущение возможности заблуждения потребителей в силу возникновения у них представления о том, что изготовителем товаров является АО «ИФЗ», коллегия усматривает заинтересованность обратившегося с возражением лица.

В рамках применения положений пункта 6 статьи 1483 Кодекса в возражении

противопоставлены товарные знаки «  » по свидетельству

№ 258290 (приоритет: 24.12.2002) и «  » по свидетельству № 594161 (приоритет: 10.11.2015), которые являются изобразительными обозначениями, выполненными в синем, желтом, белом, голубом и синем, желтом, белом цветовых сочетаниях соответственно, и представляют собой орнамент на белом фоне, состоящий из композиции пересекающихся синих линий и одинаковых фигур, размещенных в перекрестиях. Правовая охрана товарного знака по свидетельству № 258290 действует в отношении товаров 16 и 21 классов МКТУ, перечисленных в свидетельстве. Правовая охрана товарного знака по свидетельству № 594161 действует в отношении товаров 04, 08, 14, 16, 18, 19, 21, 24, 25, 30 классов МКТУ, перечисленных в свидетельстве.

Сравнительный анализ изобразительных знаков показал совпадение большинства признаков, на основании которых в соответствии с пунктом 43 Правил определяется сходство изобразительных обозначений: одинаковая форма (форма пересекающихся линий с размещенными изобразительными элементами в перекрестиях) со сходными пропорциями и расположением элементов орнамента друг относительно друга, а также близком к идентичности цветовым решением в целом с использованием инверсии цвета: в оспариваемом товарном знаке цвет линий желтый, а фигуры в перекрестиях выполнены преимущественно в синем

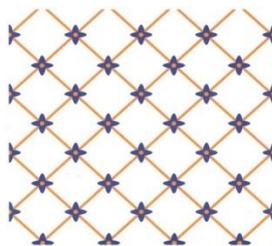
цвете с небольшими желтыми вкраплениями, в то время как противопоставленные товарные знаки характеризуются противоположным замыслом: линии выполнены в синем цвете, а фигуры в перекрестиях – преимущественно в желтом цвете с небольшими синими (голубыми) вкраплениями. Общее зрительное восприятие сравниваемых обозначений является сходным, а имеющиеся различия касаются проработки мелких деталей. Таким образом, сравниваемые обозначения производят сходное общее зрительное впечатление, и, несмотря на отдельные отличия, в целом ассоциируются друг с другом, что свидетельствует о сходстве знаков.

В отношении довода правообладателя о разном цветовом решении сравниваемых товарных знаков коллегия отмечает, что цветографическое отображение одного и того же цвета может отличаться в зависимости от качества распечатки или самого изображения. Описание цветового решения приводится заявителем при подаче заявки, и именно оно при последующей регистрации товарного знака фиксируется в Госреестре. В данном случае оспариваемый товарный знак, согласно сведениям Госреестра, зарегистрирован в цветовой гамме, которая является тождественной или незначительно отличается от цветовой гаммы противопоставляемых товарных знаков.

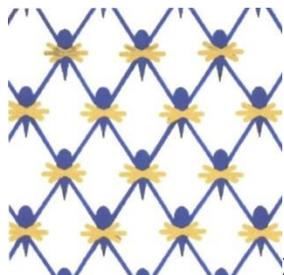
В отношении восприятия сравниваемых товарных знаков потребителями правообладателем представлены результаты исследования, проведенного социологической организацией. Правообладателем поставлены под сомнение соответствующие выводы исследования, в связи с чем коллегией проведен анализ данного доказательства.

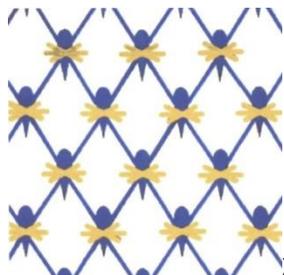
Согласно представленному заключению, исследование проведено в период с 12.01.2024 по 27.02.2024 путем проведения опроса в сети Интернет. Выборка для исследования сформирована из совершеннолетних потребителей кухонной утвари из фарфора, фаянса, керамики. Всего было опрошено 500 человек, отобранных на основании вопрос-фильтров.

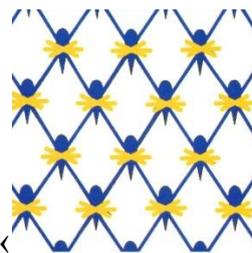
Первым вопросом, заданным респондентам, стал вопрос о том, воспринимают

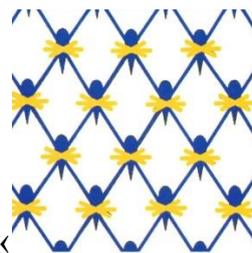


ли они оспариваемое обозначение «» за данное обозначение:



«». Распределение ответов респондентов представлено на странице 12 заключения, и оно показало, что для 10 % опрошенных названные обозначения при сопоставлении воспринимаются как тождественные, 89 % дали наиболее очевидный ответ «нет». В то же время при аналогичном сопоставлении

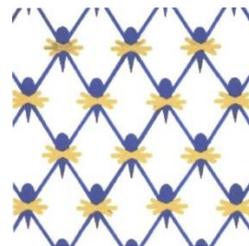
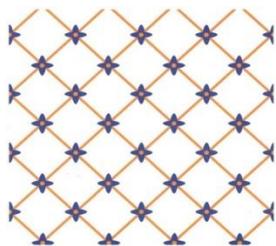


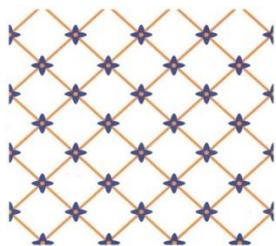
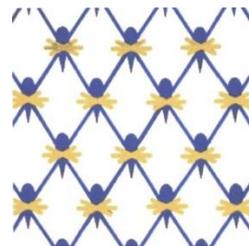
оспариваемого товарного знака с обозначением «» (вопрос анкеты № 6) распределение ответов респондентов не изменилось (страница 13 заключения).

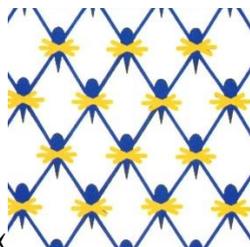
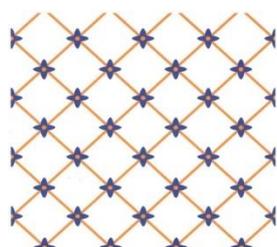
В связи с названными вопросами №№ 1, 6 коллегия обращает внимание на формулировку «одно за другое», что относится к установлению тождества обозначений, которое в данном случае действительно отсутствует благодаря разным фигурам, расположенным в перекрестиях линий, и инверсии цветов.

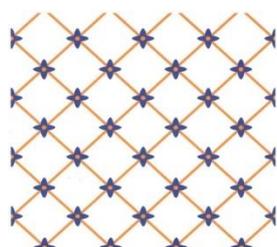
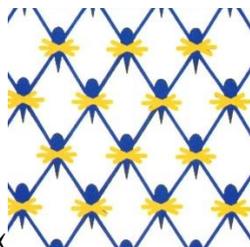
Аналогичная схема вопроса использована в вопросах №№ 4, 5, 9, 10, касающихся тождества по внешнему виду и смысловому значению. При этом количество потребителей, определивших тождество обозначений при оценке тождества внешнего вида (14-15 %) и смыслового значения (16-17 %), увеличилось в сравнении с первым вопросом исследования.

На второй вопрос анкеты о том, какое общее зрительное впечатление

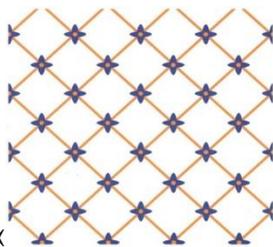


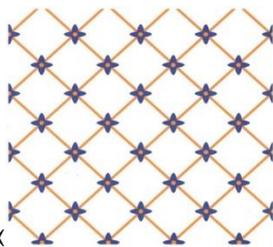
производят обозначения «» и «», разное или сходное, 12 % опрошенных в период опроса и 13 % опрошенных, дававших ответ в ретроспективе на дату подачи заявки № 2021716738, указали на сходное общее зрительное впечатление, 1 % отказался от ответа, остальные сообщили о разном общем зрительном впечатлении. Аналогичный вопрос № 7 сравнения обозначений



«» и «» привел к получению схожих результатов: 11% и 12 % соответственно.

Третий вопрос анкеты относился к мнению респондентов о том, используется



ли в оспариваемом обозначении «» рисунок в виде сетки, подобный рисунку в виде сетки противопоставленного товарного знака по свидетельству № 594161. Положительный ответ на данный вопрос дали 17 % опрошенных на дату проведения опроса и 18 % опрошенных, отвечавших на ретроспективный вопрос к 23.03.2021 (страница 16 заключения). На аналогичный вопрос, относящийся к рисунку в виде сетки, использованному в составе товарного знака по свидетельству № 258290 (вопрос № 8), 17 % ответили утвердительно (страница 17 заключения).

В отношении полученных результатов коллегия поясняет, что потребитель не имеет возможности сравнить два знака, а руководствуется общими впечатлениями, часто нечеткими, о знаке, виденном ранее.

Таким образом, учитывая:

- низкую выборочную совокупность исследования (500 человек), дающую около 5 % погрешности получаемых результатов,

- представление в данном вопросе обозначений при их непосредственном сопоставлении,

- формулировку вопроса сразу после вопроса о тождестве обозначений, на который дано 10-11 % положительных ответов, –

результат в 12-13 % следует оценить как сорганизованный, поскольку лишь 2-3 % опрошенных составляют разницу между результатами ответов на первый и второй вопросы, что не соответствует действительному заложенному в такие вопросы содержанию.

Следует обратить внимание на то, что, на вопрос о возможности перепутать товары, содержащие соответственно оспариваемый и каждый из противопоставленных товарных знаков, около 13 % опрошенных отметили такую возможность (страницы 22, 23 заключения). Одновременно на вопрос № 15 о том, легко ли потребители могут принять одну марку за другую, что касается внимательности при покупке, 18 % респондентов дали положительный ответ.

В связи с данными вопросами важно отметить, что смешение может быть установлено не только в случае, если одно обозначение воспринимается за другое, но и в случае, если потребитель понимает, что речь идет о разных обозначениях, но полагает, что оба обозначения принадлежат одному и тому же изготовителю.

Результаты ответов респондентов на вопросы анкеты №№ 12-13, позволяющие оценить их мнение о такой ситуации, показаны на страницах 18-21 заключения. Большинство потребителей предположили, что обозначения принадлежат разным изготовителям, 14 % ответило «одной компании» «одной компанией», при том, что 4 % отказались от ответа на данный вопрос. Учитывая высокую погрешность исследования, 4 % отказавшихся отвечать, а также отсутствие разницы в ответах на дату исследования и ретроспективно, полученный результат не может рассматриваться как объективный.

С учетом сказанного коллегия не может признать результаты ответов респондентов на вопросы исследования в качестве ориентира для признания

наличия или отсутствия признаков сходства до степени смешения обозначений, установленных пунктами 41, 43, 45 Правил.

Следует обратить внимание на необоснованность замечаний лица, подавшего возражение, относительно необходимости сопоставления товарных знаков между собой в ситуации размещения их на товарах, поскольку оценка обозначений на тождество и сходство осуществляется по отношению к товарным знакам в том виде, в котором они представлены в Госреестре. В то же время рассматриваемые обозначения представляют собой узоры / орнаменты и, как следствие, фиксируются непосредственно на товарах, что в действительности может оказывать влияние на фактическое смешение на рынке.

Иллюстрацией такого влияния являются скриншоты отзывов потребителей, представленные в дополнении к возражению, однако их число не значительно, вследствие чего они не оказывают существенного влияния на вывод коллегии.

Резюмируя все вышесказанное, коллегия констатирует сходство сравниваемых обозначений, установленных признаков, перечисленных в пункте 43 Правил.

Анализ однородности товаров, представленных в перечнях регистраций №№ 832855, 258290, 594161, показал следующее.

Представленные в перечне оспариваемой регистрации товары *«банки для печенья / коробки для печенья; блюда; блюда бумажные; блюда-подносы для овощей; блюдца; бокалы; бонбоньерки; бутылки; бутылки оплетенные; вазы; вазы для обеденного стола; вазы для фруктов; вафельницы неэлектрические; ведра для льда; вывески из фарфора или стекла; горшки для цветов; графинчики для уксуса или масла; графины; держатели для зубочисток; держатели для мыла; держатели туалетной бумаги; диспенсеры мыла; доски для резки кухонные; доски для резки хлеба; дуриллаги бытовые; емкости бытовые или кухонные; емкости кухонные; емкости стеклянные [бутылки для кислот]; емкости термоизоляционные; емкости термоизоляционные для напитков; емкости термоизоляционные для пищевых продуктов; емкости шаровидные стеклянные [сосуды]; изделия бытовые керамические; изделия из майолики; кабаре [подносы для напитков]; кастрюли; кашпо, за исключением бумажных; коврики для выпечки; кокотницы*

неэлектрические; колбы стеклянные [сосуды]; кольца для салфеток; корзинки для хлеба бытовые; коробки для завтрака; коробки для чая; кофеварки неэлектрические; кофейники неэлектрические; кофемолки ручные; кружки пивные; кружки пивные с крышкой; крышки для горшков; крышки для масленок; крышки для посуды; крышки для сырниц; кувшины; ложки для перемешивания [кухонная утварь]; ложки разливательные [кухонная утварь]; лопатки для тортов; лопатки кухонные; масленки; мельницы для перца ручные; мельницы ручные бытовые; миски [чаши]; наборы кухонной посуды; ножи для резки бисквитов [кухонные принадлежности]; ножи для теста; перчатки; подносы бытовые; подносы бытовые бумажные; подносы вращающиеся [кухонные принадлежности]; подсвечники; подставки для блюд [столовая утварь]; подставки для графинов, за исключением бумажных или текстильных; подставки для ножей для сервировки стола; подставки для яиц; посуда для варки; посуда для тепловой обработки пищи; посуда из окрашенного стекла; посуда столовая, за исключением ножей, вилок и ложек; посуда хрустальная [стеклянная]; приборы для растительного масла и уксуса; приборы для специй; приспособления для открывания бутылок, электрические и неэлектрические; рога для питья; розетки подсвечников; салатницы; сахарницы; сбивалки неэлектрические; сервизы [столовая посуда]; сервизы кофейные [столовая посуда]; сервизы ликерные; сервизы чайные [столовая посуда]; сита [бытовая утварь]; ситечки чайные; скалки для теста бытовые; сковороды; соковыжималки бытовые неэлектрические; солонки; сосуды для питья; стаканчики бумажные или пластмассовые; стаканы [емкости]; стаканы для напитков; супницы; тарелки; тарелки одноразовые; термосы; утварь бытовая; утварь кухонная; утварь кухонная для приготовления пищи неэлектрическая; флаконы; формы [кухонная утварь]; формы для выпечки; формы для льда; формы кулинарные; фритюрницы неэлектрические; хлебницы; чайники заварочные; чайники неэлектрические; чашки» совпадают с товарами, указанными в перечне свидетельства № 594161, что обуславливает вывод об их однородности.

Товары «изделия из фарфора, керамики, фаянса, терракота или стекла художественные; статуи из фарфора, керамики, фаянса, терракота или стекла;

статуэтки из фарфора, керамики, фаянса, терракоты или стекла» однородны по роду, виду, назначению, условиям реализации, кругу потребителей товарам «изделия бытовые керамические; изделия из майолики; статуи из фарфора, керамики, фаянса или стекла; статуэтки из фарфора, керамики, глины или стекла; безделушки китайские из фарфора; бюсты из фарфора, керамики, фаянса или стекла», указанным в свидетельстве № 594161, товарам «изделия из фарфора, фаянса, керамики и стекла, не относящиеся к другим классам; фарфоровая посуда; фаянсовая посуда; керамическая посуда; художественные изделия из фарфора, фаянса, керамики и стекла», указанным в свидетельстве № 258290.

Товары *«ведра для отжима швабр; ковши для вина; корзины бытовые; корзины для бумаги; котелки глиняные; котлы; лейки; мешки изотермические; мешочки кондитерские; поддоны; совки бытовые; тазы [емкости]; фляги карманные; фляги спортивные; шейкеры коктейльные»* являются емкостями и однородны по роду, назначению, кругу потребителей, признакам взаимодополняемости, взаимозаменяемости таким товарам противоположенной регистрации № 594161, как *«блюда-подносы для овощей; вазы; ведра для льда; ведра из тканей; горшки для цветов; графины; емкости шаровидные стеклянные [сосуды]; кабаре [подносы для напитков]; кашпо, за исключением бумажных; колбы стеклянные [сосуды]; корзинки для хлеба бытовые; коробки для завтрака; коробки для печенья (банки для печенья); коробки для чая; кувшины; миски [чаши]; подносы бытовые; подносы бытовые бумажные; подносы вращающиеся [кухонные принадлежности]; подставки для блюд [столовая утварь]; сосуды для питья; стаканы [емкости]».*

Товары *«воронки; пароварки неэлектрические; посуда глиняная; посуда фарфоровая; посуда фаянсовая; тажины неэлектрические»* являются приспособлениями и устройствами для изготовления, обработки и переработки пищевых продуктов, по роду, назначению, условиям реализации и кругу потребителей однородны таким товарам регистрации № 594161, как *«кастрюли; кастрюли для обработки пищи под давлением неэлектрические; кофейники*

неэлектрические; миски [чаши]; формы [кухонная утварь]; формы для выпечки; формы кулинарные; фритюрницы неэлектрические; чайники неэлектрические».

Товары «венчики бытовые неэлектрические; грелки для чайников; держатели для чайных пакетиков; кисточки кухонные / щетки кухонные; ложки для мороженого; насадки и трубки для украшения кондитерских изделий; несессеры для пикников с набором посуды; мочалки металлические для чистки кухонной посуды; пакеты охлаждающие для продуктов питания и напитков; подушечки абразивные кухонные; половники сервировочные; ступки кухонные; сумки-холодильники переносные неэлектрические; прихватки; пестики кухонные; терки кухонные; чеснокодавилки [кухонная утварь]; шарики для заварки чая; штопоры, электрические и неэлектрические; щетки для мытья посуды; щипцы для колки орехов; сетки кухонные, не предназначенные для микроволновок; щипцы для льда; щипцы для салата; спринцовки кулинарные грушевидной формы; щипцы для сахара» являются приспособлениями вспомогательными кухонными, используются при приготовлении пищи, однородны по признакам рода, вида, назначения, взаимодополняемости, взаимозаменяемости товарам «доски для резки кухонные; доски для резки хлеба; дурилагги; кольца для салфеток; ложки разливательные для кухни; лопатки [столовые принадлежности]; лопатки для тортов; лопаточки [кухонная утварь]; мельницы ручные бытовые; наборы кухонной посуды; несессеры для пикников с набором посуды; палочки для еды [принадлежности кухонные]; палочки для коктейлей; подставки для ножей для сервировки стола; приспособления для открывания бутылок; сбивалки неэлектрические; сита [бытовая утварь]; ситечки чайные; сифоны для взятия пробы вина [пипетки]; сифоны для газированной воды; смешиватели бытовые неэлектрические; соломинки для дегустации напитков; трубочки для питья; чесноковыжималки [кухонная утварь]; штопоры», указанным в свидетельстве № 594161.

Оспариваемые товары «держатели для губок; держатели для салфеток» однородны по роду, виду и назначению противопоставленным товарам «держатели для зубочисток; держатели для мыла; держатели для полотенец; держатели для

цветов и растений [в цветочных композициях]; держатели кисточек для бритья; держатели туалетной бумаги».

Товары *«измельчители кухонные неэлектрические; инструменты с ручным управлением для чистки»* однородны по роду, назначению, кругу потребителей, условиям реализации, взаимодополняемости / взаимозаменяемости товарам *«кофемолки ручные; мельницы для перца ручные; мельницы ручные бытовые; терки [бытовая утварь]»*, имеющимся в свидетельстве № 549161.

Товары *«маты на стол, за исключением бумажных или текстильных; салфетки под столовые приборы, за исключением бумажных или текстильных»* по виду, роду, назначению, условиям реализации, кругу потребителей, признаку взаимозаменяемости однородны товарам *«салфетки круглые столовые текстильные; салфетки столовые текстильные»* 24 класса МКТУ, товарам *«салфетки круглые столовые бумажные; салфетки под столовые приборы бумажные; салфетки столовые бумажные; скатерти бумажные»* 16 класса МКТУ, товарам *«кольца для салфеток; подставки для графинов, за исключением бумажных и столового белья»* 21 класса МКТУ (перечень не исчерпывающий), указанным в свидетельстве № 594161.

Товары оспариваемой регистрации *«опрыскиватели; опрыскиватели для цветов и растений; перчатки для садово-огородных работ»* однородны по роду, условиям реализации, кругу потребителей и признаку взаимодополняемости товарам *«кашпо, за исключением бумажных; держатели для цветов и растений [в цветочных композициях]»*, указанным в свидетельстве № 594161, а по роду, назначению, условиям реализации кругу потребителей – товарам *«емкости бытовые или кухонные»*, имеющимся в противопоставленной регистрации.

Оспариваемые товары *«копилки; копилки-свиньи; метелки перьевые; метлы; перчатки для полирования; перчатки для барбекю / перчатки кухонные; перчатки для домашнего хозяйства; перчатки для мытья автомобиля; пипетки для бытовых целей; подушечки для чистки; предметы домашней утвари для косметики; предметы домашней утвари туалетные; прищепки; решета [бытовые]; чехлы для гладильных досок; щетки туалетные»* являются предметами домашнего обихода,

однородны по роду, условиям реализации, кругу потребителей таким противопоставленным товарам, как *«курильницы для благовоний; утварь бытовая; доски гладильные; подставки для блюд [столовая утварь]; сита [бытовая утварь]; коврики для выпечки; изделия бытовые керамические; салфетки для протирания стеклянной посуды [полотенца]»*.

Товары *«мыльницы; несессеры для туалетных принадлежностей»* оспариваемого перечня однородны по роду, виду, назначению, условиям реализации, кругу потребителей товарам *«диспенсеры мыла»* противопоставленной регистрации № 594161.

Оспариваемые товары *«стекло опаловое»* однородны по роду, назначению, кругу потребителей, условиям реализации товарам *«фарфор, фаянс»*, имеющимся в регистрации № 258290.

Таким образом, все товары оспариваемой регистрации однородны товарам, указанным в перечнях регистраций №№ 258290, 594161.

Обстоятельства, указанные в возражение, направленные на обоснование наличия вероятности смешения сопоставляемых средств индивидуализации, отражают наличие угрозы смешения для товаров 21 класса МКТУ, поскольку орнамент / узор в виде пересекающихся линий с размещением в перекрестиях небольших одинаковых фигурных элементов получил известность и популярность в качестве узора с названием *«Кобальтовая сетка»*, являющимся знаковым среди орнаментов, применяющихся для посуды. Известность противопоставленных товарных знаков усугубляет вероятность смешения с ними оспариваемого товарного знака.

Вывод о сходстве сравниваемых обозначений, наряду с выводом об однородности товаров, для маркировки которых они зарегистрированы, а также известность противопоставленных товарных знаков в своей совокупности приводят к выводу о наличии вероятности их смешения и о несоответствии товарного знака по свидетельству № 832855 требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В рамках требований пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара

и услуги может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным производителем товаров и услуг на основании имеющегося опыта.

Для такого вывода необходимо наличие доказательств, подтверждающих активное и интенсивное использование обозначения лицом, подавшим возражение, в результате чего у потребителей способна возникнуть стойкая ассоциативная связь между указанным лицом и товарами / услугами, которые вводятся в гражданский оборот под соответствующим обозначением.

Узор «Кобальтовая сетка» создан в 1944 году художником Яцкевич А.А., применяется для оформления изделий из фарфора, которые представлялись на конкурсах, выставках и получали признание задолго до даты подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака. В частности, в 2016 году сервиз «Кобальтовая сетка» также стал лауреатом премии «Гордость отечества» на конкурсе «100 лучших товаров России» (https://aif.ru/culture/art/mnogovekovaya_tradiciya_serviz_ot_ifz_voshel_v_100_luchshih_tovarov_rossii). Посуда из фарфора с узором «Кобальтовая сетка» представлена в музеях и других учреждениях культуры (<https://goskatalog.ru/portal/#/collections?q=%D0%BA%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D1%81%D0%B5%D1%82%D0%BA%D0%B0&imageExists=null>).

Вместе с тем в материалы дела не представлено документов, иллюстрирующих объем производства и реализации таких сервизов лицом, подавшим возражение, географический охват, а также интенсивность использования соответствующих обозначений.

Наличия предпосылок для возникновения у потребителей ассоциативной связи спорного обозначения с продукцией лица, подавшего возражение, ввиду сходства оспариваемого товарного знака с товарными знаками лица, подавшего возражение, недостаточно для вывода о том, что на 23.03.2021 оспариваемое обозначение способно вводить потребителей в заблуждение, поскольку коллегией оценивается вероятность такого заблуждения по отношению к среднему российскому потребителю.

Социологическое исследование, представленное правообладателем, в части оценки восприятия потребителями оспариваемого товарного знака как средства индивидуализации лица, подавшего возражение, иллюстрирует отрицательный результат. Сомнения лица, подавшего возражение, относительно полученных результатов обоснованы лишь существованием иных организаций с наименованием «Мир посуды», что само по себе не делает ответы респондентов недействительными. Социологическое исследование, опровергающее полученные результаты, лицом, подавшим возражение, не проводилось, отзывы потребителей на страницах маркетплейса не относятся к исследуемому периоду. В связи с изложенным довод лица, подавшего возражение, о несоответствии товарного знака по свидетельству № 832855 требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса является недоказанным.

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

удовлетворить возражение, поступившее 02.10.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 832855 недействительным полностью.