

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее Правила ППС), рассмотрела поступившее 10.01.2024 возражение, поданное Обществом с ограниченной способностью «Бизнес Медия Холдинг», Республика Татарстан, г. Казань (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022711398, при этом установила следующее.

Словесное обозначение «**Бизнес Online**», по заявке №2022711398 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 22.02.2022 на имя заявителя в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 04.09.2023 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг по причине его несоответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «БИЗНЕС» («бизнес» - дело, занятие, предпринимательство, экономическая

деятельность, направленная на достижение определенных результатов (получение прибыли), см. «Словарь финансовых терминов.» https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/11778), «ONLINE» («online» - в переводе с англ. яз. - происходящий в реальном времени, с использованием интернет-ресурса, см. <https://www.multitran.com/m.exe?s=online&l1=1&l2=2>) указывают на вид, назначение и свойство заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ, в связи с чем не обладают различительной способностью и являются неохранными элементами обозначения в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

Предоставленные заявителем дополнительные материалы не доказывают приобретение заявленным обозначением различительной способности, поскольку часть представленных материалов не содержит заявленное обозначение именно в том виде, в котором оно заявлено на регистрацию, часть представленных материалов датирована позднее даты подачи заявки.

Таким образом, представленных материалов в целом недостаточно для того, чтобы установить факт приобретения различительной способности заявленным обозначением.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, указав следующее:

- с учетом специфики сферы деятельности, а именно - будучи электронным изданием, электронным средством массовой информации, оценка его известности должна производиться на основании рейтингов популярности (упоминаемости), посещаемости на территории РФ, поскольку именно данные рейтингов являются ключевым доказательством известности средства массовой информации,

- ранее в ходе экспертизы заявленного обозначения в материалы заявки были направлены дополнительные материалы, в том числе: свидетельство о регистрации СМИ Эл №ФС77 - 33484 от 15 октября 2008 года, выданное Федеральной службой по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций [1], материалы исследования «Анализ медийных предпочтений деловой элиты г. Казани, проведенный Центром аналитических исследований и разработок в 2018 году [2], копии благодарственных писем [3], данные рейтинга «Яндекс.Метрика» [4], копии дипломов и наград

федерального и регионального уровня [5], копии договоров на выпуск полиграфической и сувенирной продукции [6],

- «БИЗНЕС Online» — общественно-политическая интернет-газета, созданная в 2007 году <https://www.business-gazeta.ru/>,

- электронное издание «БИЗНЕС Online» входит в ТОП-20 самых цитируемых СМИ Татарстана, занимая первые строчки рейтингов <https://www.mlq.rU/ratings/media/reqionai/11014/>, <https://www.mlq.ru/ratings/meclia/reqional/7185/>,

- издание входит в ТОП-30 самых цитируемых интернет-ресурсов России с апреля 2012 года,

- «БИЗНЕС Online» на 22 месте в ТОП-30 самых цитируемых интернет - изданий России по итогам 2020 года,

- согласно данным сервиса «Яндекс. Метрика» за 2013-2022 гг. в период с 1 января по 31 декабря 2014 г. было зафиксировано 24,5 млн. визитов на сайт <https://www.business-gazeta.ru/>, из которых 11,9 млн - Республика Татарстан, 2,19 млн. - Москва и Московская область, 471 000 - Санкт-Петербург и Ленинградская область и другие регионы: Самарская, Кемеровская, Свердловская, Краснодарский край, Нижегородская и т.д., в период с 1 января по 31 декабря 2015 г. было зафиксировано 30,6 млн. визитов, в период с 1 января по 31 декабря 2016 г. было зафиксировано 33, 7 млн. визитов, в период с 1 января по 31 декабря 2019 г. было зафиксировано 85 млн. визитов на сайт <https://www.business-gazeta.ru/>, что позволяет сделать вывод о широкой популярности и узнаваемости интернет-издания среди Российских потребителей,

- об известности и популярности интернет-газеты «БИЗНЕС Online» свидетельствуют рейтинги, подготовленные компанией «Медиология», согласно которым «БИЗНЕС Online» вошел в рейтинг самых цитируемых интернет-ресурсов России по итогам также и 2021 года,

- согласно данным сервиса «Рейтинг сайтов. LiveInternet», суммарное количество посетителей сайта <https://www.business-gazeta.ru/> в январе 2022 года составляло 2 млн 777 тыс., просмотров - 12 млн 590 тыс., в декабре 2021 года

данные показатели составляли - 3 млн. 281 тыс. и 14 млн. 704 тыс. соответственно, в феврале 2022 года суммарное количество посетителей составило 15 483 309, из них 36 - посетители из Москвы, в мае 2022 года суммарное количество посетителей сайта составило 13 166 126, среди которых просмотров из разных регионов России, статистика за два месяца (с мая по июнь 2021 г.) по количеству посетителей сайта из других стран показывает, что сайт <https://www.business-gazeta.ru/> помимо читателей из РФ посетили пользователи из Украины, Казахстана, Чехии, Беларуси.

В силу изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2022711398 в отношении сокращенного перечня услуг 35, 41 классов МКТУ:

35 - информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; мониторинг СМИ; обзоры печати; обновление рекламных материалов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; радиореклама; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама в сети интернет; реклама в СМИ; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление рекламных рубрик в СМИ; услуги по информационному обслуживанию с использованием электронных СМИ (электронных периодических изданий),

41 - издание газет, журналов; макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; обеспечение интерактивное электронными публикациями, в том числе услуги интернет-сайтов, электронных СМИ, периодических изданий; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; служба новостей; фоторепортажи.

В корреспонденции от 29.03.2024 и 02.05.2024 лицом, подавшим возражение, были представлены дополнительные пояснения, суть которых сводится к следующему:

- заявителем представлены архивные версии сайта <https://www.business-gazeta.ru/> на 15.02.2016, 20.02.2019, 04.02.2021 (Приложение 1),

- при запросе «бизнес онлайн газета» в поисковой строке поисковой системы Интернет www.google.com выходит более 10 млн. результатов, данное

обстоятельство подтверждается прилагаемым протоколом осмотра доказательств №16 АА 8163925 от 21.03.2024г. (Приложение №2),

- представленные с возражением данные с сервиса «Яндекс. Метрика» подтверждаются прилагаемым протоколом осмотра доказательств №16АА8163952 от 25.03.2024г (Приложение №3), в соответствии с данным протоколом был произведен осмотр доказательств в виде интернет-сайта по адресу: <https://metrica.yandex.ru/dashboard?id=1242949>, в указанном протоколе зафиксированы данные сервиса «Яндекс. Метрика» за 2014-2016гг. и 2019г.,

- представленные с возражением данные с сервиса статистики LiveInternet.ru подтверждаются прилагаемым протоколом осмотра доказательств №16АА8163919 от 21.03.2024г. (Приложение №4) к настоящим дополнительным пояснениям, в соответствии с которым был произведен осмотр доказательств в виде интернет-сайта по адресу: <https://liveinternet/stat/business-gazeta.ru/index.html>,

- согласно Приложению №2 к протоколу №16АА8163919 суммарное количество просмотров сайта <https://www.business-gazeta.ru/> в марте 2024 года составило 13 417 727, при этом суммарное количество посетителей сайта <https://www.business-gazeta.ru/> в марте 2024 года составило 5 389 375, что относится к периоду после даты подачи заявки, что свидетельствует о растущей популярности интернет-издания среди российских пользователей,

- вхождение издания в ТОП - 30 самых цитируемых Интернет-ресурсов за 2019, 2020, 2021г. подтверждаются официальными копиями федеральных годовых рейтингов.

Остальные доводы, изложенные в представленной корреспонденции, повторяют позицию, изложенную ранее в поданном возражении.

В дополнение к ранее представленным документам были приложены следующие материалы:

1. Скриншоты архивной версии сайта <https://www.business-gazeta.ru/>,
2. Протокол осмотра доказательств №16 АА 8163925 от 21.03.2024г.,
3. Протокол осмотра доказательств №16АА8163952 от 25.03.2024г.,
4. Протокол осмотра доказательств №16АА8163919 от 21.03.2024г.,

5. Рейтинг самых цитируемых СМИ за 2019 год,
6. Рейтинг самых цитируемых СМИ за 2020 год,
7. Рейтинг самых цитируемых СМИ за 2021 год.

Изучив материалы дела и заслушав представителя лица, подавшего возражение, коллегия установила следующее.

С учетом даты (22.02.2022) поступления заявки №2022711398 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака 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), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Исходя из положений пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, положения пункта 1 настоящей статьи не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;

2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1 - 4 пункта 1 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Как следует из пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой

учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Обозначение «**Бизнес Online**» по заявке №2022711398 с датой приоритета от 22.02.2022 является словесным, состоит из словесных элементов «Бизнес», «Online», выполненных стандартным шрифтом буквами кириллического и латинского алфавита. Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака (знака обслуживания) испрашивается в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения «**Бизнес Online**» показал, что входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «БИЗНЕС» («бизнес» - дело, занятие, предпринимательство, экономическая деятельность, направленная на достижение определенных результатов (получение прибыли), см. «Словарь финансовых терминов.» https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/11778)), «ONLINE» («online» - в переводе с англ. яз. - происходящий в реальном времени, с использованием интернет-ресурса, см. <https://www.multitran.com/m.exe?s=online&l1=1&l2=2>) указывают на вид, назначение и свойство заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ, в связи с чем не обладают различительной способностью и являются неохраняемыми элементами обозначения в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

В отношении доводов заявителя о том, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в результате его активного использования в отношении приведенного скорректированного перечня услуг 35, 41 классов МКТУ, коллегией установлено следующее.

«Бизнес Online» - общественно-политическое интернет-издание (интернет-газета), созданное в 2007г., является ведущим средством массовой информации в Республике Татарстан (свидетельством о регистрации СМИ от 15.07.2008, выданное Федеральной службой по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций [1]).

Как отмечает лицо, подавшее возражение, читателями данного интернет-издания (<https://www.business-qazeta.ru/>) в основном являются руководители высшего и среднего звена, представители малого и среднего бизнеса, а также все, кого интересуют происходящие события в деловой жизни республики.

Обозначение «Бизнес Online» используется с 2007 года до даты подачи заявки в качестве указания в общественно-политической интернет-газете на сайте <https://www.business-qazeta.ru/> (Приложение 1).

С учетом деятельности заявителя, а именно: будучи электронным изданием, в качестве основного доказательства широкой известности обозначения «Бизнес Online» заявителем представлены данные «Яндекс.Метрика» демонстрирующие посещаемость и популярность сайта <https://www.business-qazeta.ru/> за период с 2014-2016, а также 2019г.г., включая не только территорию России, но и территории других стран, данные сервиса «Рейтинг сайтов. LiveInternet», демонстрирующие суммарное количество просмотров и посетителей указанного сайта в январе, феврале 2022г.г., а также рейтинги, подготовленные компанией «Медиология», демонстрирующие цитируемость business-qazeta.ru за 2019, 2020, 2021г.г. (Приложение 2-7).

Из представленных материалов следует, что информационный ресурс <https://www.business-qazeta.ru/> лидирует в рейтинге посещаемости среди представленных регионов именно в Республике Татарстан (так, по последним представленным данным 13,7 млн визитов из 25,4 млн и 1,83 млн посетителей из 9,92 млн в 2014г., 17,7 млн визитов из 34,2 млн, 2,44 млн посетителей из 8,58 млн в 2015г., 19,6 млн визитов из 37,6 млн, 2,54 посетителя из 8,55 млн в 2016г., 27,6 млн визитов из 83,4 млн, 4,37 млн посетителей из 25,3 млн в 2019г.), а также интернет - ресурс business-qazeta.ru входит в ТОП- 30 цитируемости в СМИ за 2019, 2020, 2021г.г.

Данные, представленные за март 2024г., относятся к периоду после даты подачи заявки, могут быть рассмотрены коллегией только в качестве оценки растущей популярности интернет-издания.

Коллегия отметила, что в вышеперечисленные документы касаются исключительно сайта business-qazeta.ru, его посещаемости, узнаваемости потребителями, оценки его рейтинга и т.д., однако из представленных в деле материалов не может быть сделан однозначный вывод, что обозначение «Бизнес Online», заявленное именно как средство индивидуализации общественно-политической интернет-газеты, ассоциируется потребителями исключительно с сайтом business-qazeta.ru (Приложении 1-7) и обозначение «Бизнес Online» узнаваемо потребителями и воспринимается потребителями в неразрывной связке с указанным сайтом.

Коллегия отмечает, что лицом, подавшим возражение, не представлены объективные доказательства, в частности, степень информированности об этом обозначении потребителей, включая социологический опрос, свидетельствующий об узнаваемости заявленного обозначения потребителями.

Кроме того, не представлены какие-либо рекламные материалы, документы, показывающие затраты на рекламу, ее интенсивность и т.д., свидетельствующие о широкой узнаваемости заявленного обозначения в качестве интернет-издания.

Коллегией также было проанализировано представленное в экспертизу исследование «Анализ медийных предпочтений деловой элиты г. Казани, проведенный Центром аналитических исследований и разработок в 2018 году» [2].

В опросе среди компаний г. Казани и г. Набережные Челны приняли участие 200 и 150 соответственно респондентов. Одним из выводов в данном исследовании в контексте поданного возражения является то, что средством массовой информации, лидирующим по показателям Top-of-mind (ответ, данный первым) в обоих городах вновь стал портал «Бизнес Online». Остальные выводы данного исследования касались вопросов критики публикуемой информации, разнообразия освещаемых тем, мобильного приложения, рекомендаций читателей и т.д.

Таким образом, данный опрос в большей степени касается анализа работы самой компании, ее места на рынке услуг, степени информированности читателей, их мнения, оценки, предпочтений, оценки рейтинга издания среди иных изданий в данном конкретном регионе.

Вывод, что средство массовой информации «Бизнес Online» является лидером по показателям Top-of-mind в городах Казань и Набережные Челны, не является полномасштабным опросом, ввиду чего не может служить убедительным доказательством в оценке приобретения заявленным обозначением различительной способности.

Коллегия отметила, что в экспертизу также были представлены копии договоров на выпуск полиграфической и сувенирной продукции [6], однако данные документы не свидетельствуют о дальнейшем распространении изготовленной сувенирной и полиграфической продукции.

Представленные в экспертизу многочисленные копии дипломов и наград, благодарственных писем [3], [5] свидетельствуют, что электронное издание «Бизнес Online» не единожды было признано лучшим региональным изданием, вместе с тем, данные материалы являются дополнительными информационными фактами в оценке известности заявленного обозначения, поскольку не отражают мнения потребителей (читателей) относительно узнаваемости обозначения «Бизнес Online».

Учитывая в совокупности все имеющиеся в деле материалы, у коллегии отсутствуют основания для вывода о том, что заявленное обозначение «Бизнес Online» приобрело широкую известность на территории Российской Федерации до даты подачи заявки.

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) в отношении заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ как противоречащее пункту 1 статьи 1483 Кодекса.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 10.01.2024, оставить в силе решение Роспатента от 04.09.2023.