

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее - Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 №644/261, рассмотрела поступившее 12.03.2024 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №870221, поданное Индивидуальным предпринимателем Похилько Александром Викторовичем, Санкт-Петербург (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак «**ГУНФУ**» по заявке №2021759184 с приоритетом от 15.09.2021 зарегистрирован 18.05.2022 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №870221 в отношении товаров 21 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне свидетельства, на имя Общества с ограниченной ответственностью Торговый дом «СПЕКТР», 117312, Москва, ул. Вавилова, 55/7-10 (далее - правообладатель), информация о чем была опубликована 18.05.2022 в официальном бюллетене «Товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров» №10 за 2022 год.

В поступившем возражении выражено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №870221 предоставлена в нарушение требований, установленных положениями пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Согласно доводам возражения ИП Похилько А.В. получил исковое заявление от ООО Торговый дом «СПЕКТР» с требованиями о выплате компенсации в размере 3000000 рублей за использование товарного знака «ГУНФУ». В производстве

Арбитражного суда города Санкт-Петербурга и Ленинградской области по данному исковому заявлению рассматривается соответствующее дело №А56-4805/2024. Названные обстоятельства свидетельствуют о заинтересованности ИП Похилько А.В. в подаче настоящего возражения.

Между тем, лицо, подавшее возражение, полагает, что слово «гунфу» указывает на вид товара 21 класса МКТУ, а именно «чайники заварочные», потому что представляет собой название чайника с кнопкой, сделанного из жаропрочного стекла с заварочной колбой внутри и крышкой с кнопкой для быстрого слива заваренного чая. Чай заваривается в верхней колбе и нажатием кнопки сливается в нижнюю, основную емкость. Вместо кнопки может быть предусмотрен другой вид механизма, позволяющий запустить слив вниз.

В возражении приводятся сведения из Интернет-источников информации, содержащие множество обзоров, статей и отзывов потребителей об использовании данного чайника, размещенные задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №870221, а также имелся зарегистрированный домен гонфучай.рф.

Таким образом, слово «гунфу» широко использовалось и было известно потребителю как название вида чайника ещё до даты приоритета товарного знака «ГУНФУ».

На сегодняшний день, чайники «гунфу» стали настолько популярными и известными для российского потребителя, что если ввести слово «гунфу» на сайтах маркетплейсов, то автоматически всплывают такие подсказки, как «гунфу чайник», «гунфу чайник с кнопкой».

Если ввести в Google и Яндекс поисковый запрос «гунфу», то на первой же странице поисковой выдачи отображаются результаты «для чего нужен чайник гунфу?», «как выбрать гунфу?», «где купить гунфу?», что подтверждает тот факт, что на сегодняшний день слово «гунфу» прочно ассоциируется в сознании потребителей именно с заварочным чайником и что популярность чайников «гунфу» только увеличивается, внимание и интерес к ним возрастает.

Учитывая изложенное, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №870221 недействительным.

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

(1) Сведения из Картотеки арбитражных дел в отношении дела №А56-4805/2024;

(2) Снимок экрана интернет-сайта https://www.youtube.com/watch?v=sVtvshnO_LQ;

(3) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/4aV7QvHfZdI>;

(4) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/jvMJT02y6PI>;

(5) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/jpvx6rQQyl4>;

(6) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/rVX6GsxAtoo>;

(7) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/NHddRaqA6aM>;

(8) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/v684FpjLo1o>;

(9) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/oTRp6obJ6Xg>;

(10) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/h98E2Jlpy7U>;

(11) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/SYt4ne7BuUM>;

(12) Снимок экрана интернет-сайта https://youtu.be/y__VvN2VHA;

(13) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/ZiLY5VuH6Ng>;

(14) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/kfAUfXTJBYM>;

(15) Снимок экрана интернет-сайта https://youtu.be/_rSjRaqq5q4;

(16) Снимок экрана интернет-сайта https://youtu.be/ZHWJoxV_OGI;

(17) Снимок экрана интернет-сайта <https://youtu.be/npbAsfJxMi4>;

(18) Снимок экрана интернет-сайта <https://irecommend.ru/content/zavarivanie-chaya-teper-prevratilos-v-udobnuyu-tseremoniyu-moi-pervyi-zavarochnyi-chainik-s>;

(19) Снимок экрана интернет-сайта <https://irecommend.ru/content/chainik-gunfu-zvuchit-gordo-kak-budto-iz-obychnogo-zavarnika-vytekaet-ne-chai>;

(20) Снимок экрана интернет-сайта <https://irecommend.ru/content/vostorga-ne-ispytala-osobenno-kogda-uvidela-analog-iz-fiksa-za-199-rublei-chainik-s-zagadoch>;

(21) Снимок экрана интернет-сайта https://otzovik.com/review_6224166.html;

(22) Снимок экрана интернет-сайта https://otzovik.com/review_11479613.html;

(23) Снимок экрана интернет-сайта https://otzovik.com/review_11800164.html;

(24) Снимок экрана интернет-сайта <https://www.wildberries.ru/catalog/7285402/feedbacks?imId=5714013>;

(25) Снимок экрана интернет-сайта <https://www.tea-dolina.ru/chajniki-gunfu-tipot/200-chajnik-zavarochnyj-gunfu-tipot-obem-700-ml.html>;

(26) Снимок экрана интернет-сайта <https://just-tea.ru/gunfu-chainik-sama-500ml.html>;

(27) Снимок экрана интернет-сайта https://faberlic.com/index.php?option=com_catalog&view=goods&id=1001143733074&Itemid=2075&lang=ru;

(28) Снимок экрана интернет-сайта <https://gurman-bel.ru/zavarochnyj-chajnik-gunfu-s-kopkoj/>;

(29) Снимок экрана интернет-сайта https://dzen.ru/a/Xo2aJF_epSaBjE1v;

(30) Снимок экрана интернет-сайта https://chainica.media/dinner/tea/gunfu.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F;

(31) Снимок экрана интернет-сайта <https://artoftea.ru/tipot-chajnik-s-knopkoj>;

(32) Снимок экрана интернет-сайта <https://www.bailong-tea.ru/blogs/tea/zavarochnyu-chaynik-teapot>;

(33) Снимок экрана интернет-сайта <https://5oclock-nn.ru/blog/что-предstavlyayut-soboj-chajniki-gunfu>;

(34) Снимок экрана интернет-сайта <https://cctld.ru/service/trademark/?domain=гунфу#service>;

(35) Снимок экрана интернет-сайта <https://www.ozon.ru/>;

(36) Снимок экрана интернет-сайта <https://www.wildberries.ru/>;

(37) Снимок экрана интернет-сайта <https://market.yandex.ru/>;

(38) Снимок экрана интернет-сайта <https://www.ozon.ru/category/zavarochnye-chayniki->

14534/?category_was_predicted=true&deny_category_prediction=true&from_global=true
&text=%D0%B3%D1%83%D0%BD%D1%84%D1%83;

(39) Снимок экрана интернет-сайта

https://www.google.com/search?q=%D0%B3%D1%83%D0%BD%D1%84%D1%83&oq=%D0%B3%D1%83%D0%BD%D1%84%D1%83&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyDggAEEUYJxg5GIAEGIoFMgwIARajGCcYgAQYigUyBwgCEAAyGAYyBwgDEAAyGAYyCQgEEEUYOxiABDIGCAUQRRg9MgYIBhBFGD0yBggHEEUYPdIBCDE5ODZqMGoxqAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8;

(40) Снимок экрана интернет-сайта

https://ya.ru/search/?text=%D0%B3%D1%83%D0%BD%D1%84%D1%83&lr=2&search_source=yaru_desktop_common&search_domain=yaru.

Правообладатель товарного знака по свидетельству №870221, ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением, представил свой отзыв с аргументами в защиту правовой охраны товарного знака.

Согласно доводам отзыва правообладатель осуществляет деятельность, связанную с импортом посуды для приготовления чая. Основной продукцией является поставляемый с 2016 года чайник, основанный на принципе заваривания чая методом пролива, используемом в Китае в чайной церемонии под названием «гунфу», что означает высшее мастерство. Чайники аналогичной модели известны под названиями «типот», чайник с кнопкой», «изипот». Правообладатель, введя в гражданский оборот первую партию чайников, которые поставлялись на основании договора с компанией-производителем SAMADOYO Ltd. стал использовать в названии этой модели обозначение «ГУНФУ» в качестве средства индивидуализации, при этом с 2017 года вкладывая в ее продвижение значительные средства. Впоследствии используемое обозначение «ГУНФУ» было зарегистрировано в качестве товарного знака по свидетельству №870221.

Лицо, подавшее возражение, в 2023 году неправомерно стало использовать принадлежащий правообладателю товарный знак по свидетельству №870221 наравне со своим обозначением «BOSTON» при продаже чайников на маркет-плейсе Ozon, при этом заварочные чайники отличаются только материалом частей изделий.

Правообладатель отмечает, что согласно статистики поисковых запросов Яндекс, потребитель ищет в сети Интернет информацию о заварочных чайниках, используемых данным способом заварки, по таким ключевым словам как «типот», «чаник с кнопкой», «чайник гунфу», при этом слово «гунфу» однозначно не указывает на вид товара. При этом заварочные чайники методом пролива не обязательно содержат заварочную колбу внутри самого чайника и кнопку на крышке, существуют и иные конструкции. В этой связи слово «гунфу» не определяет конструкцию чайника, а процесс заваривания. Узнаваемость спорного обозначения достигнуто за счет действий правообладателя в области технологии чайной церемонии.

В свете изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении поступившего возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №870221.

Изучив материалы дела и заслушав участвующих в рассмотрении возражения представителей сторон, коллегия признала доводы возражения неубедительными.

С учетом даты приоритета (15.09.2021) оспариваемого товарного знака по свидетельству №870221 правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пункта 1 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Согласно подпункту 3 пункту 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов,

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.

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

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.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 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 различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения 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.

Оспариваемый товарный знак «**ГУНФУ**» по свидетельству №870221 с приоритетом от 15.09.2021 является словесным, выполнен стандартным шрифтом буквами кириллического алфавита. Товарный знак по свидетельству №870221 зарегистрирован в отношении товаров 21 класса МКТУ «*бутыли; воронки; графины; грелки для чайников; держатели для чайных пакетиков; емкости бытовые или кухонные; емкости термоизоляционные для напитков; емкости термоизоляционные для пищевых продуктов; кабаре [подносы для напитков]; колбы стеклянные [сосуды]; коробки для чая; кофеварки неэлектрические; кофейники неэлектрические; кофемолки ручные; кувшины; лейки; наборы кухонной посуды; подносы бытовые; посуда для варки; посуда из окрашенного стекла; посуда столовая, за исключением ножей, вилок и ложек; посуда фарфоровая; посуда фаянсовая; посуда хрустальная [стеклянная]; сервизы чайные [столовая посуда]; сита [бытовая утварь]; ситечки чайные; стаканы [емкости]; стаканы для напитков; термосы; утварь бытовая; утварь кухонная; утварь кухонная для приготовления пищи неэлектрическая; флаги спортивные; чайники заварочные; чайники неэлектрические; чашки; шарики для заварки чая».*

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

В этой связи следует руководствоваться правовой позицией, сформулированной Судом по интеллектуальным правам, отраженной в Справке¹ по результатам обобщения судебной практики по рассмотрению споров о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака в связи с его неиспользованием.

Так, Суд по интеллектуальным правам указал, что к заинтересованным лицам могут быть отнесены производители однородных товаров (работ, услуг), в отношении которых (или однородных им) подано заявление о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака, имеющие реальное намерение использовать спорное обозначение в своей деятельности и осуществившие необходимые подготовительные

¹ Утверждена постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.07.2015 №СП-23/20.

действия к такому использованию, в частности лицо, подавшее заявку на регистрацию тождественного или сходного обозначения.

В материалах возражения содержится ссылка на судебное дело №А56-4805/2024 (приложение (1)), согласно которой в Арбитражном суде города Санкт-Петербург и Ленинградской области рассматривается дело о незаконном использовании товарного знака по свидетельству №870221, при этом ответчиком по делу выступают лицо, подавшее возражение. Указанные обстоятельства подтверждаются правообладателем, в отзыве которого содержатся данные о том, что ИП Похилько А.В. предлагал к продаже через маркет-плейс Ozon заварочный чайник, сопровождаемый обозначением «ГУНФУ». Тем самым, есть основания полагать, что между лицом, подавшим возражение, и правообладателем оспариваемого товарного знака по свидетельству №870221, осуществляющим один и тот же вид деятельности, существуют спорные взаимоотношения по использованию обозначения «ГУНФУ» в гражданском обороте.

Все вышеизложенное свидетельствует о наличии заинтересованности ИП Похилько А.В. в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №870221.

Что касается оснований для подачи возражения, то, по мнению ИП Похилько А.В. предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №870221 произведено в нарушение требований, установленных пунктом 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку слово «ГУНФУ» является описательным обозначением для такого вида товара 21 класса МКТУ как «чайники заварочные», указывает на их вид.

В этой связи необходимо указать, что согласно сложившимся правовым подходам, сформулированным в Информационной справке Суда по интеллектуальным правам², подготовленной по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса, оценка спорного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса производится исходя из его восприятия рядовым,

² Утверждена постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.04.2017 №СП-23/10 по результатам обсуждения с участием членов Научно-консультативного совета при Суда по интеллектуальным правам.

средним потребителем соответствующего товара в Российской Федерации – адресатом товаров, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный, при этом данная оценка осуществляется на конкретную дату – дату подачи заявки на государственную регистрацию этого товарного знака и в отношении конкретных товаров, для которых предоставлена или испрашивается охрана.

Следует отметить, что под видом товара согласно ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» понимается совокупность товаров определенной группы, объединенных общим названием и назначением. Примером конкретного вида товаров являются костюм, платье, куклы, сапоги, телевизор, холодильник, видеомэгаффон, кровать, творог и т.п.

Анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №870221 показал, что в его состав входит единственный индивидуализирующий элемент – выполненное буквами кириллического алфавита слово «ГУНФУ», при этом в возражении не содержится каких-либо сведений из официальных источников информации (энциклопедий, словарей, стандартов, научно-популярных статей), раскрывающих семантику данного спорного обозначения.

Все представленные материалы возражения (приложения (2) – (40)) представляют собой ссылки из сети Интернет.

В этой связи следует принять во внимание разъяснения, приведенные в Информационной справке³, подготовленной по результатам обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по некоторым вопросам, возникающим при оценке доказательств, содержащих информацию, размещенную в сети Интернет.

Согласно положениям пунктов 2 и 3 указанной Информационной справки при рассмотрении дел, связанных с защитой исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, доказательства, полученные с использованием сети «Интернет», исследуются на предмет их относимости и достоверности.

³ Утверждена постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.09.2017 №СП-23/24.

Согласно положениям пункта 2.6 указанной Информационной справки при рассмотрении дел, связанных с защитой исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, доказательства, полученные с использованием сети «Интернет», являются относимыми, если фиксируют факт нарушения исключительных прав в тот период, за который предъявлено требование в конкретном деле.

Исходя из положений пункта 3.5.6 Информационной справки, если в основу решения органа, осуществляющего публичные полномочия, положен факт размещения какой-либо информации для всеобщего доступа (например, в целях установления органом известности потребителям какого-либо слова и (или) его значения), суды проверяют момент внесения (размещения) такой информации и сопоставляют эту дату с датой, которая является определяющей применительно к обстоятельствам конкретного дела (например, при оценке правомерности регистрации товарного знака – на момент его приоритета).

Из пункта 3.5.9 Информационной справки следует, что в подтверждение известности потребителю какого-либо обозначения, возникновения у потребителей ассоциаций между товаром, маркированным этим обозначением, и производителем такого товара лицами, участвующими в деле, представляется в том числе и информация, размещенная на различных форумах, в социальных сетях. Однако размещение названной информации может быть инициировано любым лицом, в том числе и лицом, заинтересованным в результатах рассмотрения спора. В связи с этим при наличии возражений такие сведения признаются достоверными только в совокупности с иными доказательствами.

Руководствуясь вышеизложенными правовыми подходами, коллегия исследовала представленные материалы возражения на предмет их соответствия обстоятельствам, сложившимся на дату (15.09.2021) приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №870221 в отношении присутствующих в его перечне товаров 21 класса МКТУ.

Упомянутые в возражении Интернет-источники (приложения (2) – (33)) представляют собой обзоры и отзывы потребителей об использовании конкретной

продукции - заварочного чайника, имеют фиксированную дату их размещения, которая предшествует приоритету оспариваемого товарного знака по свидетельству №870221.

В обзорах и отзывах потребители продукции наряду с наименованием товара – заварочный чайник, используют также обозначения «Гонфу», «гунфу», «Гун фу», «типот», «типод», «изипод», «пяо и бэй». При этом в подавляющем количестве ссылок (приложения (2) – (9), (11) – (15), (17) – (20), (22) – (28), (30), (33)) обозначение «Гонфу» указывается с заглавной буквы и в совокупности со словосочетанием «заварочный чайник».

Указанное обстоятельство не позволяет сделать однозначный вывод о том, что спорное слово в приведенных обзорах и отзывах позиционируется их авторами исключительно как видовое наименование продукции, а не как средство ее маркировки. Так, например, автор публикации, приведенной в источнике информации (19) приводит сведения о чайнике Гунфу, при этом указывает, что данное название для него непонятно и воспринимается в качестве элемента маркетинга, связано с названием китайской чайной церемонии Гун Фу. О китайской чайной церемонии приводятся сведения и в иных источниках информации, например, в приложении (33). Так же нет оснований полагать, что средний российский потребитель, ознакомленный с информацией, размещенной ее авторами, воспринимает спорное слово не в качестве средства индивидуализации продукции, а как вид заварочного чайника.

При этом необходимо отметить, что из приведенных Интернет-источников не усматривается, какое количество потребителей на дату приоритета оспариваемого товарного знака действительно могли ознакомиться с размещенной на них информацией.

В поступившем возражении лицо, его подавшее, ссылается на ряд статей в сети Интернет (приложения (28) – (33)), где, по его мнению, содержится однозначное определение слова «гонфу» как вида товара, а именно заварочного чайника с кнопкой.

Между тем, в источнике информации (приложение (31)) содержится упоминание обозначения «Гунфу» применительно к заварочному чайнику, разработанному компанией «SAMADOYO Ltd.», т.е. спорное обозначение автором статьи позиционируется в качестве средства индивидуализации. Как отмечается в отзыве

правообладателя, именно в сотрудничестве с компанией «SAMADOYO Ltd.» им была осуществлена поставка заварочных чайников под спорным обозначением на территорию Российской Федерации задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №870221.

Не может рассматриваться в качестве доказательства восприятия слова «гунфу» в качестве указания на определенный вид товара и упомянутая в возражении ссылка на зарегистрированный в 2010 году зоне «RU» домен «гунфучай.рф», поскольку в качестве доменного имени может выступать любое обозначение, безотносительно его смыслового наполнения.

Также коллегия критически оценивает довод возражения о том, что возможность поискового запроса по слову «гунфу» на различных маркет-плейсах – Ozon, Wildberries, ЯндексМаркет, и наличие автоматических подсказок «гунфу чайник», «гунфу чайник с кнопкой» при введении такого запроса, свидетельствуют об описательном характере спорного товарного знака по свидетельству №870221. В этой связи необходимо указать, что на указанных торговых площадках действительно предусмотрена возможность поиска товара по ключевым словам (приложения (35) – (38)). Однако такими ключевыми словами могут выступать как вид товара, например, слово «чайник», так и средство его индивидуализации – «ГУНФУ».

Также представляется неубедительным довод возражения о том, что благодаря отображающимся результатам поиска в Google и Яндекса по запросу «гунфу» - «для чего нужен чайник гунфу?», «как выбрать гунфу?», «где купить гунфу?» (приложения (39) – (40)), имеются основания для вывода об описательном характере оспариваемого товарного знака по свидетельству №870221. Следует упомянуть, что сами по себе результаты поисковых запросов упомянутых Интернет-сервисов зависят от определенных алгоритмов, на которые, в том числе, влияют частота запросов конкретного слов пользователями, затрат того или иного лица на контекстную рекламу, позволяющую занимать первые строчки в результатах поиска. При этом в качестве результата поиска может выступать, в том числе, и средство индивидуализации. Так, анализ полученных результатов поиска по слову «гунфу» в сети Интернет показал, что данное слово, в частности, упоминается в связи с компанией «SAMADOYO Ltd.».

которая в приложении (39) позиционируется как разработчик и поставщик заварочных чайников под спорным обозначением, а также как название чайной церемонии (приложение (40)).

Таким образом, ни один из вышерассмотренных источников информации не свидетельствует о том, что до даты приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №870221 на территории Российской Федерации обозначение «гунфу» использовался бы в общеупотребительном значении в качестве характеристики такой продукции 21 класса МКТУ как «заварочный чайник» и было бы известно исключительно в этом контексте среднему российскому потребителю. При этом следует упомянуть, что в отношении иных приведенных в перечне товарного знака по свидетельству №870221 товаров 21 класса МКТУ доводов об описательном характере спорного обозначения не представлено в принципе.

Таким образом, с учетом всех обстоятельств дела в совокупности оснований для вывода о возможности восприятия товарного знака по свидетельству №870221 на дату его приоритета в качестве указания на вид товара в деле не имеется. Следовательно, доводы возражения о том, что предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку произведено с нарушением требований пункта 1 статьи 1483 Кодекса, не являются обоснованными.

Следует отметить, что 01.07.2024 по результатам проведения коллегии поступило обращение лица, подавшего возражение, которое полагает, что при анализе материалов дела коллегия должным образом не исследовала приведенные в возражении доводы, вследствие чего пришла к необоснованным выводам.

Между тем, анализ поступившего обращения показал, что оно не содержит какой-либо информации, позволяющей сделать вывод о необъективности выводов коллегии при рассмотрении поступившего возражения и, как следствие этого, неправомерности принятого решения по результатам его рассмотрения. Все приведенные аргументы обращения дублируют доводы, изложенные в материалах возражения, и, соответственно, исследовались выше в мотивировочной части настоящего заключения.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 12.03.2024, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №870221.