

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 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 17.11.2023 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №872748, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «МВМ» (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак «**БЕЛАЯ ПЯТНИЦА**» по заявке №2022700144 с приоритетом от 10.01.2022 зарегистрирован 01.06.2022 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №872748 в отношении товаров и услуг 29, 30, 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ) на имя Акционерного общества «Компания Сангар», 690003, Приморский край, г. Владивосток, ул. Нижнепортовая, 3, оф. 704 (далее – правообладатель), информация о чем была опубликована 01.06.2022 в официальном бюллетене «Товарные знаки, знаки обслуживания, географические указания и наименования мест происхождения товаров» №11 за 2022 год.

В поступившем возражении выражено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №872748 предоставлена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 1 (1) и 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Лицо, подавшее возражение, считает себя заинтересованным в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №872748 в связи с тем, что до подачи заявки на его регистрацию обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» уже

использовалось ООО «МВМ» наряду с третьими лицами в качестве наименования маркетинговой акции при продвижении товаров, при этом регистрация спорного товарного знака в дальнейшем повлекла за собой инициированное его правообладателем судебное разбирательство о запрете спорного средства индивидуализации и о взыскании компенсации (дело №А40-208166/2023).

По мнению лица, подавшего возражение, в связи с активным использованием обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» в качестве названия акции одновременно различными компаниями до даты приоритета оспариваемого товарного знака, оно утратило различительную способность и вошло во всеобщее употребление в качестве названия акции по аналогии с «ЧЕРНОЙ ПЯТНИЦЕЙ».

Кроме того, лицо подавшее возражение, полагает, что в связи с отсутствием использования спорного обозначения правообладателем до даты приоритета оспариваемого товарного знака и незначительным использованием после его регистрации, исключается наличие ассоциирования товарного знака по свидетельству №872748 с АО «Компания Сангар», при этом потребители не могли не знать о широком и активном использовании обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» различными лицами. Данные обстоятельства, как считает лицо, подавшее возражение, не могло не создавать заблуждение относительно лица, оказывающего услуги.

В возражении содержатся ссылки на правоприменительную практику Суда по интеллектуальным правам в рамках дел №СИП-526/2022, №СИП-1245/2021, №СИП-693/2023, №СИП-476/2023, касающуюся обозначений, признанных не обладающими различительной способностью и создающих риск введения потребителя в заблуждение.

Кроме того, в возражении отмечается, что регистрация товарного знака по свидетельству №872748 является злоупотреблением правом и актом недобросовестной конкуренции.

В дополнительных пояснениях к возражению, поступивших 25.03.2024, лицо, подавшее возражение, ссылается на результаты опроса потребителей о восприятии обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА», подготовленного АО «ВЦИОМ». Согласно полученным результатам, значительная часть опрошенных респондентов ассоциируют спорное обозначение с акциями и сезонными распродажами,

проводимым разными компаниями, и не знают о его использовании правообладателем.

Лицо, подавшее возражение, полагает, что, несмотря на отсутствие спорного обозначения в каких-либо терминологических источниках информации, оно воспринимается потребителем аналогично обозначению «ЧЕРНАЯ ПЯТНИЦА», которое, в свою очередь, представляет собой общеупотребительное название маркетинговой активности, известное большинству потребителей товаров и услуг.

Лицо, подавшее возражение, отмечает, что обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» используется для обозначения маркетинговой акции наравне с англицизмом «WHITE FRIDAY», лексические единицы которого хорошо известны российскому потребителю. Также лицо, подавшее возражение, полагает, что, большое количество приведенных им источников информации по использованию спорного обозначения в сети Интернет в качестве названия маркетинговой акции, а также документов о фактическом ее осуществлении ООО «МВМ», позволяет говорить о ее известности потребителю.

Отсутствие реального использования спорного обозначения самим правообладателем при активном его использовании третьими лицами позволяет лицу, подавшему возражение, сделать вывод о том, что потребители могли быть введены в заблуждение вследствие регистрации оспариваемого товарного знака на имя АО «Компания Сангар».

Вопрос об установлении факта недобросовестности правообладателя по регистрации товарного знака по свидетельству №872748 лицо, подавшее возражение, относит к компетенции Суда по интеллектуальным правам, но вместе с тем считает необходимым обратить внимание на существующую хронологию спорных взаимоотношений сторон настоящего спора.

Учитывая изложенное, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №872748 недействительным в отношении всех услуг 35 класса МКТУ.

В качестве материалов, иллюстрирующих доводы возражения, представлены следующие документы, которые поступили 17.11.2023, 25.03.2024, 08.07.2024, 18.09.2024 (продублировано 19.09.2024 и 23.09.2024), а также 01.10.2024:

(1) Информация о товарном знаке по свидетельству №872748;

(2) Выписка из ЕГРЮЛ в отношении АО «Компания Сангар»;

(3) Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «МВМ»;

(4) Претензия АО «Компания Сангар» №09.08-01/04-012 от 10.06.2022 в адрес ООО «МВМ» о недопустимости использования обозначения «Белая пятница»;

(5) Претензия АО «Компания Сангар» от 19.06.2023 №09.08-01/04-014 о недопустимости использования обозначения «Белая пятница»;

(6) Протокол общего собрания участников Ассоциации компаний Интернет-торговли от 24.05.2022, на котором было принято решение проводить акцию «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» как альтернативу «ЧЕРНОЙ ПЯТНИЦЕ»;

(7) Сведения об упоминании и использовании обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» в форме таблицы:

(7.1) на веб-сайте «Topshop.ru» от 02.02.2016;

(7.2) в виде рекламной акции «МВидео» с 02.02.2016 по 07.02.2016;

(7.3) в протоколе Общего собрания членов ассоциации компаний интернет-торговли «АКИТ» №03-22 от 24.05.2022;

(7.4) в видео-рекламе «МВидео» и «Эльдорадо» на YouTube в 2022 году;

(7.5) в информации о распродаже в «Эльдорадо» от 30.05.2022 на веб-сайте БЕРИКОД»;

(7.6) на веб-сайте магазина «МВидео»;

(7.7) на веб-сайте магазина «Эльдорадо»;

(7.8) на веб-сайте «HelpSet.ru» с информацией об акции на сайте RobotSoft.ru от 02.12.2016;

(7.9) на веб-сайте «FineSigars» от 24.11.2016;

(7.10) на веб-сайте «Формула торговли» от 01.11.2017;

(7.11) на веб-сайте «Blackfridaysale.ru» от 08.05.2019;

(7.12) на веб-сайте «1С-Дистрибьюция» относительно акции на веб-сайте «1С-Битрикс» от 31.05.2019;

(7.13) на веб-сайте «Уралклик» от 31.05.2019;

(7.14) на веб-сайте «crm2you.ru» от 31.05.2019;

(7.15) на веб-сайте «vedita.ru» от 03.06.2019;

(7.16) на веб-сайте «gerur.ru» с данными об акции с 11.11.2019 по 17.11.2019;

(7.17) на веб-сайте «cidrology.com» от 2019 года;

(7.18) на веб-сайте «vw-golfstream.ru» об акции с 01.11.2019 по 30.11.2019;

(7.19) на веб-сайте «ФормулаТорговли» от 04.12.2019;

(7.20) на веб-сайте «Анна Премьера» об акции от 26.11.2020 по 27.11.2020;

(7.21) в соцсети ВКонтакте на странице сообщества Wildberries от 13.08.2021;

(7.22) на веб-сайте «kabarovsky.com» от 30.09.2020;

(7.23) на веб-сайте «volvocarfamilу.ru» с 25.11 по 30.11;

(7.24) на веб-сайте «Столплит» об акции с 20.08.2021 по 22.08.2021;

(7.25) в ролике на YouTube на телеканале «Искра-ВЭКТ Воскресенск» об акции в магазине «Элекс»;

(7.26) на зарубежном веб-сайте «newsweek.com» от 25.11.2016;

(7.27) на зарубежном веб-сайте «whatsonsale.com» от 03.11.2018;

(7.28) на зарубежном веб-сайте «arabianbusiness.com» от 17.11.2018;

(7.29) на зарубежном веб-сайте «ilovequatar.net» об акции с 27.11.2019 по 30.11.2019;

(7.30) на зарубежном веб-сайте «klienbasel.net» от 29.11.2019;

(7.31) на зарубежном веб-сайте «spot.uz» от 28.11.2019;

(7.32) на зарубежном веб-сайте «harperpay.com» от 27.11.2020;

(7.33) на зарубежном веб-сайте «techradar.com» от 25.11.2020;

(7.34) на зарубежном веб-сайте «asiamotors.kg» от 24.11.2020;

(7.35) на зарубежном веб-сайте «for.kg» от 25.11.2020;

(7.36) на зарубежном веб-сайте магазина «Amazon»;

(7.37) на зарубежном веб-сайте «differencebetween.com»;

(7.38) на веб-сайте «forbes.ru» от 02.06.2022;

(7.39) на веб-сайте «retail.ru» от 02.06.2022 относительно акции на веб-сайте «cozyhome.ru»;

(7.40) на веб-сайте «businesspskov.ru» от 20.06.2022 об акции в магазине «Детский мир»;

(7.41) на веб-сайте «svyaznoy.ru»;

(7.42) на веб-сайте «qwintry.com»;

(7.43) на веб-сайте «белая-техника.рф»;

(7.44) на веб-сайте «bogacho.ru»;

(7.45) на веб-сайте «lenadruma.com»;

(7.46) на веб-сайте «voltmart.su»;

(7.47) на веб-сайте «bezdelevschool.ru»;

(7.48) на веб-сайте «kinilogschool.ru» об акции 17.06.2022;

(7.49) на веб-сайте «millzkarta» об акции с 03.06.2022 по 14.06.2022;

(7.50) на веб-сайте «spb.santehnika-tut.ru» об акции с 03.06.2022 по 13.06.2022;

(7.51) на веб-сайте «iskusnica.spb.ru» об акции 15.06.2022;

(7.52) на веб-сайте «aquadeluxe.su»;

(7.53) на веб-сайте «m.panattasport.info» об акции 24.06.2022;

(7.54) на веб-сайте «shkola-dnv.com»;

(7.55) на веб-сайте «Большой Гостиный Двор» об акции с 11.11.2022 по 27.11.2022;

(7.56) на веб-сайте модного дома «Ано» об акции с 10.06.2022 по 18.06.2022;

(7.57) на веб-сайте «lazerwar.ru» об акции с 09.12.2022 по 17.12.2022;

(7.58) на веб-сайте «technotent.ru» от 13.01.2023;

(7.59) на веб-сайте «svyaznoy.ru»;

(7.60) на зарубежном веб-сайте «minikid.ee»;

(7.61) на зарубежном веб-сайте «amazon.sa» от 2023 года;

(7.62) на зарубежном веб-сайте «almowafir.com» от 2023 года;

(7.63) ролик на YouTube об акции маркетплейсе «Wildberries»;

(8) Распечатки из таблицы об использовании обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» / «WHITE FRIDAY» третьими лицами;

(9) Информация о начале использования обозначения «White Friday» в зарубежных странах от 25.11.2016 с сайта «newsweek.com»;

(10) Информация об использовании обозначения «Белая пятница» на веб-сайте «dist.1c.ru» от 31.05.2019;

(11) Информация об использовании обозначения «Белая пятница» для продажи автомобилей «Volvo» официальным дилером Volvo cars на веб-сайте с 01.11 по 30.11;

(12) Сообщение, размещенное в официальной группе онлайн-ритейлера Wildberries в социальной сети ВКонтакте от 13.08.2021;

(13) Приложение на организацию озвучивания рекламного видеоролика «Белая пятница» №16 от 27.01.2016 к Договору №01-0960/05-2015 от 22.07.2015, заключенное между ЗАО «Инстинкт» и ООО «М.видео Менеджмент»;

(14) Платежное поручение №2729 от 16.02.2016 к Приложению №16 от 27.06.2016;

(15) Дополнительное соглашение о создании игровой части для видеоролика «Белая пятница» №157 от 16.06.2015 к Договору №01-1307/6-2010 от 06.09.2010, заключенное между ЗАО «Инстинкт» и ООО «М.видео Менеджмент»;

(16) Платежное поручение №26152 от 30.07.2015 к Дополнительному соглашению №157;

(17) Дополнительное соглашение о выполнении технических работ по цветокоррекции для видеоролика «Белая пятница» №161 от 30.06.2015 к Договору №01-1307/6-2010 от 06.09.2010, заключенное между ЗАО «Инстинкт» и ООО «М.видео Менеджмент»;

(18) Платежное поручение №28474 от 07.08.2015 к Дополнительному соглашению №161;

(19) Дополнение от 11.08.2015 к Дополнительному соглашению о передаче исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности для видеоролика «Белая пятница» №157 от 16.06.2015 к Договору на оказание рекламных услуг № 01-1307/6-2010 от 06.09.2010, заключенное между ЗАО «Инстинкт» и ООО «М.видео Менеджмент»;

(20) Отчет об эффективности рекламной кампании, проведенной ООО «МВМ» с 01.02.2016 по 07.02.2016;

(21) Отчет об эффективности рекламной кампании, проведенной ООО «МВМ» с 08.02.2016 по 14.02.2016;

(22) Исковое заявление о взыскании компенсации АО «Компания Сангар» в адрес ООО «МВМ» от 18.09.2023;

(23) Отчет АО «ВЦИОМ» «Восприятие обозначения в настоящее время и в ретроспективе на январь 2022 года»;

(24) Рецензия (отзыв) №17 от 08.07.2024 Аналитический центр Юрия Левады «ЛЕВАДА-ЦЕНТР» на социологический опрос, проведенный с 1 по 14 мая 2024 года, результаты которого использованы в рамках исследования «Восприятие обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» в настоящее время и в ретроспективе на январь 2022 года (Отчет АО «ВЦИОМ»);

(25) Рецензия (отзыв) №16 от 08.07.2024 Аналитический центр Юрия Левады «ЛЕВАДА-ЦЕНТР» на социологический опрос, проведенный с 8 по 24 мая 2024 года, результаты которого представлены в аналитическом отчете «Характер восприятия обозначения «БЛАЯ ПЯТНИЦА» среди российских потребителей» (ООО «Компания «Аналитическая Социология»);

(26) Разъяснения от 05.09.2024 к исследованию АО «ВЦИОМ» «Восприятие обозначения в настоящее время и в ретроспективе на январь 2022 года»;

(27) Информация с официального сайта «ВЦИОМ» о соблюдении стандартов качества https://profi.wciom.ru/principy_standarty/standarty_kachestva.

Правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 в установленном порядке был уведомлен о поступившем возражении и представил свои доводы по его мотивам, указав, что регистрация спорного обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» не нарушала требования законодательства.

Как отмечается в отзыве правообладателя и дополнении к нему, поступившим 05.02.2024 (продублированном на заседании коллегии 09.02.2024) и 17.10.2024, «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» представляет собой фантазийное обозначение по отношению ко всем услугам 35 класса МКТУ и, в силу отсутствия конкретного

терминологического характера, не идентифицирует какую-либо услугу, присутствующую на рынке.

В материалах возражения не имеется документов, подтверждающих тезис о том, что обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» на дату приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 вошло во всеобщее употребление в качестве указания какой-либо услуги 35 класса МКТУ.

Правообладатель указывает на то, что представленные лицом, подавшим возражение, материалы не свидетельствуют об отсутствии у спорного обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» различительной способности, отмечая, что они либо не являются общедоступными, либо не отражают ситуацию на дату приоритета оспариваемого товарного знака, либо касаются иного обозначения – «BLACK FRIDAY», а также относятся к иностранному сегменту сети Интернет, данные которого не имеют отношения к ситуации, существующей на территории Российской Федерации. Что касается данных отечественных Интернет-ресурсов, то, по мнению, правообладателя, они не позволяют оценить объемы оказания услуг 35 класса МКТУ, их интенсивность и длительность.

Правообладатель считает, что из материалов возражения не следует, что словосочетание «BLACK FRIDAY» имело для среднего потребителя определенное, понятное и признаваемое всеми участниками рынка значение, а также отождествлялось со спорным обозначением «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА».

Как полагает правообладатель, в возражении отсутствуют доказательства, объективно свидетельствующие о вероятности введения потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги под спорным товарным знаком по свидетельству №872748.

Правообладатель обращает внимание на то, что материалы возражения не свидетельствуют о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №872748 свидетельствует о недобросовестности действий правообладателя и злоупотреблением правом с его стороны. Кроме того, установление подобных фактов относится к компетенции судебных органов.

Также необходимо отметить, что в дополнении к отзыву, поступившему 04.07.2024 (продублировано на заседании коллегии 08.07.2024), правообладатель ссылается на результаты отчета ООО «Компании «Аналитическая социология», согласно которым подавляющее большинство опрошенных респондентов не было знакомо спорное обозначение ни на момент опроса, ни в ретроспективе и не вызывало конкретных ассоциаций, в том числе с лицом, подавшим возражение.

В дополнении к отзыву, представленному на заседании коллегии 16.05.2024, правообладатель критически оценивает результаты социологического опроса АО «ВЦИОМ», проведенного по заказу лица, подавшего возражения, отмечая нарушение методологии и наличие манипулятивного характера поставленных в нем вопросов.

С учетом изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №872748.

Доводы отзыва правообладателя сопровождаются следующими документами, поступившими в корреспонденции от 05.02.2024 (продублировано на заседании коллегии 09.02.2024), от 04.07.2024 (продублировано на заседании коллегии 08.07.2024), от 09.08.2024:

(28) Распечатка с результатами поиска по словосочетанию «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» с информационного ресурса «Словари и энциклопедии на Академике» <https://academic.ru/>;

(29) Распечатка с результатами поиска по словосочетанию «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» - «ГРАМОТА.РУ (справочно-информационный интернет-портал «Русский язык»);

(30) Распечатка с сайта онлайн-словаря British English Dictionary - Cambridge Dictionary - <https://dictionary.cambridge.org/ru/> с результатами поиска по словосочетанию «WHITE FRIDAY»;

(31) Отчет компании «Аналитическая социология» по итогам социологического исследования «Характер восприятия обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» среди российских потребителей»;

(32) Ответ ООО «Компания «Аналитическая социология» на рецензию АНО «Левада-Центр» на аналитический отчет, подготовленный ООО «Компания «Аналитическая социология» по итогам социологического исследования «Характер восприятия обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» среди потребителей России».

Лицо, подавшее возражение, ознакомившись с доводами правообладателя, а также с результатами подготовленного по его заказу отчета ООО «Компании «Аналитическая социология», в своих дополнительных пояснениях, поступивших 18.09.2024 (продублировано 19.09.2024 и 23.09.2024) критически оценивает методологию исследования этого лица и его достоверность, при этом ссылается на Рецензии (отзывы) Аналитического центра Юрия Левады «ЛЕВАДА-ЦЕНТР», а также на Разъяснения АО «ВЦИОМ».

В свою очередь правообладатель в дополнении к отзыву, поступившему 09.08.2024, отмечает, что социологическое исследование ООО «Компании «Аналитическая социология» полностью соответствует профессиональным стандартам в области социологии и, исследовательским целям. Также правообладатель считает, что представленные лицом, подавшим возражение, Рецензии (отзывы) Аналитического центра Юрия Левады «ЛЕВАДА-ЦЕНТР», не являются объективными, а Отчет АО «ВЦИОМ» содержит ряд наводящих вопросов, которые делают его результаты недостоверными.

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

С учетом даты приоритета (10.01.2022) оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 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 пунктов 1 и 3 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Согласно пункту 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.

1.1. 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 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.

Как следует из требований подпункта 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.

Исходя из пункта 37 Правил, при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким 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.

Оспариваемый товарный знак «**БЕЛАЯ ПЯТНИЦА**» по свидетельству №872748 с приоритетом от 10.01.2022 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами кириллического алфавита. Предоставление правовой охраны товарному знаку оспаривается в отношении услуг 35 класс МКТУ *«демонстрация товаров; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов;*

прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; телемаркетинг».

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

Исходя из материалов возражения, спорное обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» использовалось ООО «МВМ» в качестве наименования рекламной акции, которая осуществлялась на администрируемых им интернет-сайтах <https://mvideo.ru> и <https://www.eldorado.ru>, что повлекло за собой исковое заявление в Арбитражный суд г. Москвы о взыскании компенсации за нарушение исключительного права на товарный знак по свидетельству №872748 (дело №А40-208166/2023 со стороны АО «Компания Сангар». При этом, по мнению ООО «МВМ», спорное обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» не является охраноспособным, поскольку, с одной стороны,

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

носит потребительский характер, а, с другой стороны, вызывает не соответствующее действительности представление о лице, оказывающем услуги.

Названные обстоятельства позволяют признать ООО «МВМ» заинтересованным лицом в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №872748 путем подачи настоящего возражения.

Что касается существа возражения в части отсутствия различительной способности обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» и его общеупотребительном характере для услуг определенного вида, то анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 показал следующее.

Оспариваемый словесный товарный знак по свидетельству №872748 представляет собой словосочетание, в состав которого входят лексические единицы русского языка – прилагательное «БЕЛАЯ» и существительное «ПЯТНИЦА».

Лицо, подавшее возражение, не представило сведений о наличии у спорного обозначения конкретной семантики. В свою очередь, в общедоступных словарно-справочных источниках информации, например, в Толковом словаре Ушакова², приводится следующее толкование слов «БЕЛАЯ» и «ПЯТНИЦА»:

«ПЯТНИЦА» - название одного из дней семидневной недели, пятого после воскресенья. *Семь пятниц на неделе у кого* - поговорка о том, кто часто меняет свои решения.

«БЕЛАЯ» - 1. цвета снега или мела. *Белая береза*; 2. светлый. *Белое вино. Белый хлеб*. 3. Контрреволюционный, белогвардейский (употребляется со времен Великой французской революции, когда обозначало сторонника Бурбонов). *Белый офицер. Белая гвардия*; 4. Белокожий (о расе, в отличие от краснокожих и т.д.). *Белая раса*. При этом в словаре приводятся примеры устойчивых словосочетаний: *Белая горячка* - болезнь алкоголиков, сопровождающаяся бредом без жара. *Белый гриб* - сорт съедобных грибов. *Белый день* (разг. устар.) - светлое время дня. *Средь бела дня* (разг.) - днем, когда совсем светло. *Белый дом* - дворец президента Североамериканских штатов в Вашингтоне. *Белое духовенство* - не монашествующие, мирские служители культа. *Белая кость* (ирон.) - барская, дворянская порода. *Белое мясо* - диетическая пища:

² <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/745982>; <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/992898>.

телячье и куриное мясо, рекомендуемое врачами при известных болезнях. *Белые ночи* - северные ночи с немеркнувшей зарей. *Белые стихи* (лит.) - без рифм. *Белый уголь* - см. уголь. *Белый билет* - см. билет. *Белый свет* (нар.-поэт.) - то же, что свет, мир. Не мил мне и белый свет.

Ввиду отсутствия сведений о том, что словосочетание «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» является устойчивым фразеологизмом, и, принимая во внимание полисемичность входящих в его состав словесных элементов, можно сделать вывод, что в целом оно способно вызывать у потребителя разнообразные смысловые образы. Данные обстоятельства обуславливают восприятие словосочетание «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» в качестве фантазийного обозначения, т.е. напрямую не указывающего на какие-либо характеристики услуг 35 класса МКТУ, в том числе на определенный вид маркетинговой акции, как утверждается в возражении.

Лицо, подавшее возражение, при оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №872748 ссылается на положение подпункта 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса, который содержит запрет на регистрацию обозначений, вошедших во всеобщее употребление в качестве товара (услуги) определенного вида.

Согласно сложившимся методологическим подходам обозначение может быть отнесено к вошедшим во всеобщее употребление обозначениям товаров (услуг) определенного вида в том случае, если оно является видовым обозначением, длительное время используемым для наименования однородных товаров (услуг), выпускаемых различными производителями.

Вошедшими во всеобщее употребление обозначения отличаются от описательных элементов, указывающих на вид товара (услуги), своим происхождением. Эти элементы входят в лексикон как обозначения определенных товаров (как бывшие товарные знаки или наименования вновь созданных товаров (услуг)), а затем в результате длительного использования для обозначения этих же и однородных товаров (услуг) различными производителями превращаются в видовые обозначения.

Президиум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в постановлении от 06.07.2004 №2606/04 в целях единообразного толкования и

применения арбитражными судами нормы законодательства о товарных знаках об основаниях признания обозначения вошедшим во всеобщее употребление указал, что заинтересованному лицу необходимо доказать факт вхождения спорного обозначения во всеобщее употребление.

Требование всеобщности предполагает, что обозначение должно потерять свою различительную способность для потребителей товара (услуги), его производителей или специалистов в данной конкретной области. Общеупотребимость обозначения только в кругу производителей или специалистов является недостаточной. При исследовании всеобщности оценке подлежат данные о мнении максимально широкого круга лиц, который включает как специалистов, так и потребителей этого товара (услуги).

Таким образом, признаками, характеризующими обозначение, вошедшее во всеобщее употребление как обозначение товаров (услуг) определенного вида, являются:

- использование обозначения в качестве названия (наименования) товара (услуги) специалистами соответствующих отраслей производства, работниками торговли, потребителями;

- применение обозначения в качестве названия (наименования) одного и того же товара (услуги) или товаров (услуг) того же вида, выпускаемых различными производителями;

- применение обозначения длительное время.

Только при наличии всех перечисленных выше признаков обозначение может быть отнесено к категории вошедших во всеобщее употребление в качестве обозначения товаров определенного вида.

Обозначение становится видовым названием (наименованием) товара (услуги) в том случае, когда оно прочно входит в обиход не только широких кругов потребителей, но и специалистов соответствующих отраслей производства, представителей торговых кругов, причем среди двух последних категорий использование обозначения в качестве названия (наименования) товара не носит узкоспециального или жаргонного характера. В сознании всех перечисленных категорий возникает устойчивая взаимнооднозначная

связь между товаром (услугой), обладающими определенными признаками, свойствами, качествами, и тем обозначением, которое используется в качестве его названия (наименования).

Отсутствие в материалах возражения каких-либо документов, соответствующих вышеуказанным признакам и свидетельствующих о неоднократном использовании обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» до даты приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 именно в качестве видового наименования какой-либо услуги, относящейся к 35 классу МКТУ, обуславливает вывод о бездоказательности утверждения лица, подавшего возражение, о том, что спорное обозначение вошло во всеобщее употребление в качестве услуги определенного вида.

Таким образом, коллегия не усматривает оснований для вывода о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №872748 не соответствует требованиям подпункта 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Между тем, в поступившем возражении утверждается, что обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» также не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой общеупотребительное наименование маркетинговой акции, аналогичной «ЧЕРНОЙ ПЯТНИЦЕ» / «BLACK FRIDAY».

В этой связи необходимо указать, что согласно правовым подходам, сформулированным в Информационной справке Суда по интеллектуальным правам³, 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 (далее – Информационная справка 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, средним потребителем соответствующего товара в Российской Федерации – адресатом товаров (услуг), для индивидуализации которых зарегистрирован товарный, при этом данная оценка осуществляется на конкретную дату – дату

³ Утверждена постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.04.2017 №СП-23/10 по результатам обсуждения с участием членов Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам.

подачи заявки на государственную регистрацию этого товарного знака и в отношении конкретных товаров (услуг), для которых предоставлена или испрашивается охрана.

Также в указанной Информационной справке отмечается, что утрата обозначением различительной способности после государственной регистрации товарного знака не является основанием для удовлетворения возражений против предоставления правовой охраны товарному знаку, мотивированных несоответствием товарного знака требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Руководствуясь вышеизложенными правовыми подходами, коллегия исследовала представленные материалы возражения на предмет их соответствия обстоятельствам, сложившимся на дату (10.01.2022) приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 в отношении услуг 35 класса МКТУ, для которых ему предоставлена правовая охрана.

Следует указать, что услуги 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 относятся к сфере рекламы товаров и их продаже, т.е. продвижению товаров, что подразумевает совокупность мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличение их сбыта, расширения рыночного поля товаров.

Лицо, подавшее возражение, утверждает, что словосочетание «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» применяется для обозначения названия акции распродаж, т.е. в области, относящейся к маркетинговой стратегии продвижения продукции, позволяющей увеличить покупательский спрос, что соотносится с услугами 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748.

В свою очередь анализ представленных материалов возражения показал, что подавляющее их большинство представляет собой сведения из сети Интернет.

В связи с приведенными лицом, подавшим возражение, Интернет-источниками следует принять во внимание разъяснения, приведенные в Информационной справке⁴, 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,

⁴ Утверждена постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.09.2017 №СП-23/24.

возникающим при оценке доказательств, содержащих информацию, размещенную в сети Интернет.

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.

Также, 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).

Так, материалы возражения (7.4) – (7.5), (7.38) - (7.40), (7.48) - (7.51), (7.53), (7.55) – (7.58), (7.61), (7.62) представляют собой исключительно скриншоты веб-сайтов в сети Интернет, информация которых выходит за исследуемый период времени, а документы (7.6), (7.7), (7.9), (7.23), (7.25), (7.36), (7.41) - (7.47), (7.52), (7.54), (7.59), (7.60), (7.63), (11) не содержат фиксированную дату их размещения. Также выходит за исследуемый период времени Протокол общего собрания участников Ассоциации компаний Интернет-торговли от 24.05.2022, на котором было принято решение проводить акцию «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» как альтернативу «ЧЕРНОЙ ПЯТНИЦЕ» (6), (7.3).

Распечатки с веб-сайтов (7.26) – (7.37), (9) относятся к иностранному сегменту сети Интернет, и информация, которая отражена в этих материалах, не касается продвижения товаров на территории Российской Федерации.

Данные обстоятельства не позволяют рассматривать названные документы в качестве относимых и допустимых доказательств по делу.

В свою очередь распечатки (7.1), (7.2), (7.8), (7.10) – (7.22), (7.24), (10), (12) из российского сегмента Интернета, хоть и датированы ранее приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748, тем не менее, не содержат данных о том, какое количество потребителей в исследуемый период времени могли ознакомиться с размещенной на них информацией, чтобы составить представление об общеупотребимости спорного обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» как наименования маркетинговой акции. Аналогичные выводы можно сделать и в отношении документов (13) – (21), которые касаются создания видеороликов «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» по заказу ООО «М.видео Менеджмент», а также рекламной кампании «МВидео».

Необходимо отметить, что ни один из представленных документов возражения не содержит фактического упоминания в общедоступных открытых источниках информации данных о том, что до даты приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» позиционировалось в качестве общепринятого наименования какой-либо акции, имеющей определенный временной интервал и характерные для нее условия проведения на территории Российской Федерации.

Более того, представленная лицом, подавшим возражение, распечатка из российского онлайн-издания делового журнала «FORBS» (38) как раз свидетельствует о том, что на территории Российской Федерации акция распродаж «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» была запущена российскими онлайн-ритейлерами только в июне 2022 года в качестве летнего аналога «ЧЕРНОЙ ПЯТНИЦЫ», т.е. спустя полгода после приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748.

Таким образом, ни один из вышерассмотренных источников информации не свидетельствует о том, что до даты приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 на территории Российской Федерации обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» стало использоваться широким кругом лиц в качестве общеупотребительного названия акции распродаж, т.е. не имело различительной способности для услуг 35 класса МКТУ.

Необходимо констатировать, что в качестве доказательства отсутствия у оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 различительной способности

лицом, подавшим возражение, представлен Отчет (23) по вопросу восприятия обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» на дату опроса и в ретроспективе на январь 2022 года. Данный отчет содержит результаты исследования, проведенного АО «ВЦИОМ» в феврале-марте 2024 среди 1300 респондентов, достигших двадцатилетнего возраста, проживающих в городах с населением 500 тысяч человек и более. Согласно результатам названного социологического исследования у 50% респондентов на дату опроса обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» ассоциировалось с такими понятиями как «акции, скидки, распродажа, выгода, Черная пятница» и 45% респондентов не связывает его с конкретной компанией. В свою очередь на январь 2022 года с такими понятиями обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» ассоциируется у 41% опрошенных респондентов, и такое же количество респондентов полагает, что акцию/распродажу под этим обозначением проводят разные лица.

В свою очередь правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 представил Отчет (31) по итогам социологического исследования «Характер восприятия обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» среди российских потребителей», подготовленный ООО «Компании «Аналитическая социология». Опрос проводился в мае 2024 года среди выборочной совокупности 1500 человек среди респондентов, достигших двадцатилетнего возраста и проживающих в семи крупных городах Российской Федерации. Согласно результатам исследования подавляющему большинству респондентов (свыше 90%) обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» не было известно на дату опроса. При открытой форме вопроса лишь 11% респондентов ассоциировали спорное обозначение с акциями, скидками, распродажами, черной пятницей. На ретроспективный период времени три четверти потребителей в целом (74,8%) и абсолютное большинство потребителей (94,6%) среди тех, кто не затруднился с ответом, считают, что нигде не встречали обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» до января 2022 года.

Также следует указать, что лицо, подавшее возражение, представило Рецензии (отзывы) Аналитического центра Юрия Левады «ЛЕВАДА ЦЕНТР» (24), (25) на приведенные исследования вышеназванных социологических компаний, суть которых сводится к выявлению нарушения методологии при проведении исследований ООО

«Компания «Аналитическая социология» (31) и дискредитации полученных результатов, а также указание на объективность исследований АО «ВЦИОМ» (23).

Что касается самих социологических исследований (23), (31), то коллегия в силу отсутствия у нее компетенции по выявлению каких-либо нарушений в области методологии подобных исследований или в части достоверности полученных результатов.

Вместе с тем, изучив представленные социологические исследования в совокупности, коллегия пришла к выводу о том, что полученные в ходе их проведения результаты носят взаимоисключающий характер, что нивелирует объективность этих исследований и их значение для установления восприятия потребителем спорного обозначения «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что материалы возражения не содержат доказательства утверждения лица, подавшего возражение о том, что обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» на дату приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №872748 не обладало различительной способностью для услуг 35 класса МКТУ, связанным с продвижением товаров.

В свете изложенного коллегии не имеется оснований для вывода о неправомерности предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №872748 в рамках требований пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Что касается упомянутой лицом, подавшим возражение, правоприменительной практики Суда по интеллектуальным правам в рамках дел №СИП-526/2022, №СИП-1245/2021, №СИП-693/2023, №СИП-476/2023, то она касается иных обозначений и сторон спора, в силу чего не носит преюдиционного значения в рамках рассмотрения настоящего возражения.

Необходимо указать, что в поступившем возражении также упоминается, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №872748 способен ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги 35 класса МКТУ.

Согласно сложившейся правовой позиции суда, сформулированной в ранее упомянутой Информационная справка по вопросам, возникающим при применении

положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса, способность введения в заблуждение элементами обозначений и обозначением в целом не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и изготовителе.

Сам по себе факт использования обозначения до даты подачи заявки на товарный знак иным производителем не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товара.

С учетом изложенного для вывода о возможности введения потребителей в заблуждение через ассоциацию с иным производителем товара, основанную на предшествующем опыте, необходимо наличие доказательств, подтверждающих: 1) введение в гражданский оборот товаров со сходным обозначением иным производителем; 2) возникновение (и сохранение) у потребителей стойкой ассоциативной связи между самим товаром и его предшествующим производителем.

В данном случае представляется очевидным, что вывод об ассоциировании обозначения с конкретным производителем возможно только в том случае, если спорное обозначение изначально обладает индивидуализирующей функцией товарного знака, т.е. способно выделять один товар (услугу) из ряда других.

Вместе с тем, лицо, подавшее возражение, аргументируя свою позицию, указывает на то, что обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» на январь 2022 года воспринималось потребителем в качестве общеупотребительного обозначения, и тем самым не имело различительной способности. Упомянутый довод лица, подавшего возражение, сам по себе предполагает, что спорное обозначение не ассоциируется с каким-либо лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность в конкретной сфере бизнеса. Данное обстоятельство подтверждается результатами опроса общественного мнения АО «ВЦИОМ» (23), представленного непосредственно лицом, подавшим возражение, из которого усматривается, что большая часть опрошенных респондентов не связывает обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» с конкретной компанией на январь 2022 года.

Следовательно, доводы возражения о том, что, с одной стороны, обозначение «БЕЛАЯ ПЯТНИЦА» является общеупотребительным понятием в сфере продвижения

товаров, а, с другой стороны, способно ввести потребителя в заблуждение относительно неустановленного круга предпринимателей, оказывающих услуги 35 класса МКТУ, носит взаимоисключающий характер.

Тем самым у коллегии отсутствуют основания для вывода о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №872748 не соответствует требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Что касается довода возражения о том, что действия правообладателя по регистрации оспариваемого товарного знака №872748 являются злоупотребления правом и носят признаки недобросовестной конкуренции, то установление подобных фактов не относится к компетенции федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности. На данное обстоятельство обращалось внимание Судом по интеллектуальным правам в Справке по вопросам недобросовестного поведения, в том числе конкуренции, по приобретению и использованию средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, утвержденной постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.03.2014 №СП-21/2.

Таким образом, исследовав все обстоятельства дела в совокупности, коллегия не находит оснований для удовлетворения поступившего возражения.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 17.11.2023, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №872748.