

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном четвертой частью Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 г. № 644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25 августа 2020 г. № 59454, вступившими в силу 06.09.2020, рассмотрела возражение, поступившее 14.02.2024, поданное ООО «ОЛИМП» Московская обл., г. Ногинск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022745184, при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение «OLYMPUS-PLACE» по заявке №2022745184 было подано 06.07.2022 на регистрацию товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 27 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022745184 было принято 22.11.2023 на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что в соответствии с Федеральным законом от 04.12.2007 №329-ФЗ (ред. от 03.11.2015) «О физической

культуре и спорте в Российской Федерации», статья 11 «Олимпийское движение. Олимпийский комитет России» - Олимпийский комитет России в соответствии с Олимпийской хартией Международного олимпийского комитета осуществляет меры по защите принадлежащих Международному олимпийскому комитету прав на использование олимпийских символа, девиза, флага и гимна, наименований "Олимпийские игры", "Игры олимпиады" на территории Российской Федерации. Олимпийский комитет России использует в установленном Международным олимпийским комитетом порядке олимпийские символ, девиз, флаг и гимн, слова "олимпийский" и "олимпиада" в своих наименованиях в целях развития олимпийского движения России и обладает исключительными правами на олимпийскую эмблему Олимпийского комитета России, девиз, флаг и иную российскую олимпийскую символику (см. www.olympic.ru), а также в соответствии с Федеральным законом от 27.12.2009 №379-ФЗ (в ред. от 21.07.2014) "Об организации и проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Параолимпийских игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ" под олимпийской символикой понимаются наименования "Олимпийский", "Олимпиада", "Сочи 2014", "Olympic", "Olympian", "Olympiad", "Olympic Winter Games", "Olympic Games", "Sochi 2014" и образованные на их основе слова и словосочетания, олимпийские символ, огонь, факел, флаг, гимн, девиз, а также эмблемы, символы и сходные с ними обозначения Олимпийских игр и олимпийских игр, предшествующих им и следующих за ними, в связи с чем регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака (знака обслуживания) возможна лишь с разрешения Олимпийского комитета России, поскольку в противном случае - данная регистрация способна ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров, а также лица, оказывающего услуги, и, кроме того, противоречит общественным интересам в соответствии с положениями, предусмотренными пунктом 3 статьи 1483 Кодекса.

Помимо этого, установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с серией международных регистраций, зарегистрированных на имя Comite International Olympique, Chateau de Vidy CH-1007 Lausanne, "THE OLYMPICS" №

787298 с конвенционным приоритетом от 23.04.2002, "Olimpjski" № 1019494 с конвенционным приоритетом от 15.05.2009, "OLYMPIC" № 1128501 с конвенционным приоритетом от 16.09.2011, «OLYMPIAD» № 1128499 с конвенционным приоритетом от 16.09.20011, в отношении однородных товаров и услуг 27, 35 классов МКТУ.

При сопоставительном анализе сравниваемых обозначений в соответствии с вышеуказанными признаками фонетического сходства очевидно фонетическое сходство словесных элементов «OLYMPUS» и «THE OLYMPICS» «Olimpjski» «OLYMPIC» «OLYMPIAD», в связи с чем, сравниваемые обозначения квалифицируются экспертизой как сходные до степени смешения по фонетическому критерию оценки сходства обозначений.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 14.02.2024, заявителем выражено несогласие с решением Роспатента.

По мнению заявителя, регистрация заявленного обозначения на его имя не способна ввести потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары, оказывающего услуги, а также не противоречит общественным интересам на основании положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В защиту своей позиции заявитель приводит следующие доводы:

- Олимпийский комитет России предоставил согласие на регистрацию заявленного обозначения по заявке №2022745184 в качестве товарного знака. Указанный документ подтверждает разрешение Олимпийского комитета России на использование заявителем заявленного обозначения, отсутствии ассоциации с олимпийской символикой. Данное обстоятельство исключает основание для отказа в регистрации товарного знака (знака обслуживания), предусмотренное пунктом 3 статьи 1483 Кодекса;

- заявитель выражает свое несогласие со сходством заявленного обозначения с серией международных регистраций, зарегистрированных на имя Comite International Olympique, Chateau de Vidy CH-1007 Lausanne и невозможностью регистрации заявленного обозначения на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса, мотивируя это фонетическим и семантическим различием между словесным элементом «Olympus -

Place» и словесными элементами противопоставленных знаков «THE OLIMPICS», «OLIMPIJSKI», «OLIMPIC», «OLIMPIAD»;

- несмотря на наличие некоторых признаков сходства, в целом сравниваемые обозначения нельзя признать сходными до степени смешения фонетически, при этом вывод о сходстве по фонетическому признаку, изложенный в заключении по результатам экспертизы, является сомнительным, поскольку сравнению подлежала лишь часть словесного обозначения – только слово «Olympus», а не все словосочетание целиком – «Olympus – Place», которое с английского языка переводится как «место-Олимпус» («место Олимпа»);

- различный смысловой перевод обозначений, а также тот факт, что заявляемое обозначение содержит сильный охраняемый элемент «Place», который не может вызвать никаких ассоциаций с олимпийскими играми, и что слово «Olympus» также имеет множество значений слова, в том числе, не связанных с олимпийскими играми, свидетельствует об отсутствии семантического сходства сравниваемых обозначений;

- различный состав словесных элементов/букв в сравниваемых обозначениях, различный шрифт, исключают возможность графического сходства словесных элементов до степени смешения;

- заявленное обозначение по заявке №2022745184 имеет свою отличную и оригинальную графику, оригинальное словесное обозначение с иной смысловой окраской, что производит совершенное иное общее впечатление от противопоставленных товарных знаков.

- заявитель также ссылается на практику Роспатента, иллюстрирующую множество примеров регистраций товарных знаков, включающих словесный элемент Olympus, Олимп и косвенно подтверждающих возможность регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака;

- заявитель отмечает, что его деятельность представляет собой производство и реализацию ковров и напольных покрытий, направлена на массового потребителя и никак не связана как с олимпийским движением, так и со спортом в целом

https://www.ozon.ru/seller/olympus-place-204480/products/?miniapp=seller_204480;

<https://www.wildberries.ru/brands/olympus-place>);

- ввиду временного приостановления деятельности Международного олимпийского комитета на территории нашей страны, не представляется возможным получить согласие от имени данной организации на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака (о чем содержится указание в письме – согласии Олимпийского комитета России).

Учитывая данные обстоятельства, принимая во внимание позицию Олимпийского комитета России о возможности регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, а также изложенные выше аргументы об отсутствии сходства сравниваемых обозначений и ассоциации с олимпийской символикой в целом, заявитель считает, что наличие позиции Международного олимпийского комитета в данном деле не является обязательным, более того, данное требование является просто невыполнимым в сложившихся реалиях.

На основании изложенного заявитель, просит зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг.

К возражению приложены копия и оригинал письма-согласия на регистрацию обозначения по заявке № 2022745184 в качестве товарного знака, выданного от имени Олимпийского Комитета России.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (06.07.2022) подачи заявки №2022745184 на регистрацию товарного знака, 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, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20 июля 2015 года №482, и введенные в действие 31 августа 2015 года (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 3(1) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или

способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил 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.

В соответствии с пунктом 3(2) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

При рассмотрении вопроса о противоречии заявленного обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии (пункт 37 Правил).

В соответствии с требованиями пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

Согласно пункту 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с абзацем пятым пункта 6 статьи 1483 Кодекса регистрация в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, сходного до степени смешения с каким-либо из товарных знаков, указанных в подпунктах 1 и 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса, допускается с согласия правообладателя при условии, что такая регистрация не может явиться причиной введения в заблуждение потребителя. Согласие не может быть отозвано правообладателем.

Согласно пункту 46 Правил согласие правообладателя составляется в письменной произвольной форме и представляется в подлиннике для приобщения к документам заявки.

В качестве товарного знака, как указано выше, заявлено комбинированное


обозначение «OLYMPUS-PLACE», включающее словесные элементы «OLYMPUS» и «PLACE», выполненные буквами латинского алфавита, между словесными элементами расположен дефис. Ниже описанного элемента расположена прямая линия. Над описанными элементами расположена изогнутая линия.

В заявленном комбинированном обозначении доминирующее положение занимают словесные элементы «OLYMPUS» и «PLACE», которые не связаны грамматически и по смыслу, что определяет необходимость проведения экспертизы как по всему обозначению в целом, так и по каждому слову.

Соответственно, именно словесный элемент «OLYMPUS», занимающий начальную позицию в заявленном обозначении, является сильным элементом, играющим в нем основную индивидуализирующую роль.

Правовая охрана товарного знака испрашивается в оранжевом, черном, золотистом цветовом сочетании в отношении следующих товаров и услуг:

27 - ковры, циновки, маты, линолеум и прочие покрытия для полов; стенные обои и обивочные материалы нетекстильные; газоны искусственные; коврики для занятий йогой; коврики напольные огнестойкие для каминов и барбекю; ковры; ковры для автомобилей; ковры для ванных комнат; ковры, препятствующие скольжению; линолеум; материалы драпировочные настенные, нетекстильные; маты; маты гимнастические; маты для лыжных склонов; обои; обои текстильные; подложки для ковровых покрытий; покрытия виниловые напольные; покрытия для полов; покрытия настенные текстильные; половики для вытирания ног; татами; циновки; циновки тростниковые.

35 - реклама; управление бизнесом, организация бизнеса, бизнес-администрирование; служба офисная; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы;

маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; проведение коммерческих мероприятий; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц, в том числе оптовая и розничная продажа товаров; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги ррс; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки;

услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламные оплата за клик; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], в том числе оптовая и розничная продажа товаров; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса.

В соответствии с Федеральным законом от 1 декабря 2007 г. №310-ФЗ «Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (ред. от 31.12.2016), под олимпийской символикой и паралимпийской символикой понимаются не только наименования, перечисленные в пункте 1 статьи 7 Федерального закона №310-ФЗ, но и образованные на их основе слова и словосочетания.

В соответствии с Федеральным законом от 04.12.2007 №329-ФЗ (ред. от 03.11.2015) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», Федеральным законом от 04.12.2007 №329-ФЗ (ред. от 03.11.2015) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», Олимпийскому комитету России принадлежит исключительное право использования собственного наименования и официального наименования «Олимпийская команда России». Использование третьими лицами в коммерческих и рекламных целях указанных наименований и образованных на их основе слов и словосочетаний осуществляется на основании соглашений, заключенных в письменной форме с Олимпийским комитетом России, за исключением случаев использования этих наименований и образованных на их

основе слов и словосочетаний в целях информационного обеспечения или в связи с осуществлением указанного права третьими лицами, являющимися приобретателями права на освещение в средствах массовой информации Олимпийских игр и других международных спортивных мероприятий, проводимых Международным олимпийским комитетом, континентальными ассоциациями национальных олимпийских комитетов.

Поскольку заявителем представлен оригинал письма – согласия на регистрацию обозначения по заявке № 2022745184 в качестве товарного знака, выданный от имени Олимпийского Комитета России, который является представителем Международного олимпийского комитета в Российской Федерации, коллегия снимает довод о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В соответствии с пунктом 6(2) статьи 1483 Кодекса в заключении по результатам экспертизы качестве препятствия для регистрации товарного знака указаны следующие товарные знаки и международные регистрации:

знак «**THE OLYMPICS**» по международной регистрации №787298 [1], правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена, в частности, в отношении товаров 27 и услуг 35 класса МКТУ:

27 - Carpets, rugs, mats and matting, linoleum and other materials for covering floors; wall hangings (non-textile)./ Ковры, коврики, циновки и маты, линолеум и другие материалы для покрытия полов; гобелены (нетекстильные).

35 - Advertising; business management; commercial administration; office tasks; promotion of goods and services of third parties, by means of contractual agreements, particularly sponsorship and licensing agreements in connection with international sports events; retail services./ Реклама; управление бизнесом; коммерческое управление; офисные задачи; продвижение товаров и услуг третьих лиц посредством договорных соглашений, в частности спонсорских и лицензионных соглашений в связи с международными спортивными мероприятиями; розничные услуги.



- знак «**OLIMPIJSKI**» по международной регистрации №1019494 [2], правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена, в частности, в отношении товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ:

27 - Tapis, paillasons, nattes, linoléum et autres revêtements de sols; tentures murales non en matières textiles./ Ковры, коврики, циновки, линолеум и другие напольные покрытия нетекстильные.

35 - Publicité; diffusion d'annonces publicitaires par tous média, notamment sous forme de messages thématiques centrés sur les valeurs humaines; publicité par sponsoring; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; promotion des produits et services de tiers, par le moyen d'accords contractuels, notamment de partenariat (sponsoring) et de licences, leur offrant un surcroît de notoriété et/ou d'image et/ou un élan de sympathie dérivé de la notoriété et/ou de l'image de manifestations culturelles et sportives, notamment internationales, et/ou de l'élan de sympathie provoqué par celles-ci; promotion des produits et services de tiers par le moyen dit du facteur d'intérêt initial conduisant le public à considérer, parmi une multitude de concurrents, des produits ou services qui lui sont présentés munis de signes, emblèmes ou messages propres à capter son attention; promotion des produits et services de tiers par le moyen dit du transfert d'image; location d'espaces publicitaires de toutes natures et sur tout support, digital ou non; administration commerciale de la participation d'équipes nationales à une compétition athlétique internationale, et promotion auprès du public et des milieux intéressés du soutien aux dites équipes; services d'informations statistiques./ Реклама; распространение рекламы всеми средствами массовой информации, в частности в форме тематических сообщений, ориентированных на человеческие ценности; реклама посредством спонсорства; бизнес-администрирование; работа в офисе; продвижение продуктов и услуг третьих лиц посредством договорных соглашений, в том числе партнерства (спонсорства) и лицензий, предлагая им повышенную известность и/или имидж и/или прилив симпатий, обусловленный известностью и/или имиджем культурного и спортивных мероприятий, особенно международных, и/или вызванного ими всплеска симпатий, продвижения товаров и услуг третьих лиц посредством фактора первоначального интереса, побуждающего общественность рассматривать среди множества конкурентов товары или услуги; услуги, представленные ему знаками, эмблемами или сообщениями, способными привлечь его внимание; продвижение продуктов и услуг третьих лиц посредством передачи изображений; аренда рекламных площадей всех видов и на любом носителе, цифровом или нет; коммерческое управление участием национальных команд в международных спортивных соревнованиях, пропаганда среди общественности и заинтересованных кругов поддержки указанных команд.

- знак «**OLYMPIC**» по международной регистрации №1128501 [3], правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена, в частности, в отношении товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ:

27 - Tapis, paillasons, nattes, linoléum et autres revêtements de sols; tentures murales non en matières textiles./ Ковры, коврики, циновки, линолеум и другие напольные покрытия нетекстильные.

35 - Publicité; diffusion d'annonces publicitaires par tous média, notamment sous forme de messages thématiques centrés sur les valeurs humaines; publicité par sponsoring; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; promotion des produits et services de tiers, par le moyen d'accords contractuels, notamment de partenariat (sponsoring) et de licences, leur offrant un surcroît de notoriété et/ou d'image et/ou un élan de sympathie dérivé de la notoriété et/ou de l'image de manifestations culturelles et sportives, notamment internationales, et/ou de l'élan de sympathie provoqué par celles-ci; promotion des produits et services de tiers par le moyen dit du facteur d'intérêt initial conduisant le public à considérer, parmi une multitude de concurrents, des produits ou services qui lui sont présentés munis de signes, emblèmes ou messages propres à capter son attention; promotion des produits et services de tiers par le moyen dit du transfert d'image; location d'espaces publicitaires de toutes natures et sur tout support, digital ou non; administration commerciale de la participation d'équipes nationales à une compétition athlétique internationale, et promotion auprès du public et des milieux intéressés du soutien aux dites équipes; services en matière de gestion d'inventaire; conseils en matière de services de contrôle des stocks; publicité par marketing direct pour des tiers consistant en marketing de bases de données; conseils en publicité par marketing direct pour des tiers consistant en marketing de bases de données; services de conseils en reorganization commerciale; services de gestion de parcs de camions et d'automobiles, à savoir facturation via un réseau informatique mondial; conseils en services de gestion de parcs de camions et d'automobiles; services de conseils en administration commerciale; gestion de centrales électriques de tiers; conseils en matière de gestion de centrales électriques; services commerciaux, à savoir administration de contrats de réparation et de révision; services de gestion de la chaîne d'approvisionnement et services de conseils en matière d'achat et d'approvisionnement en services et produits chimiques; gestion de l'approvisionnement et inventaire des produits, limitation des coûts; conseils, marketing, analyse des prix et des coûts concernant les dispositifs de purification électrochimique de liquides à usage industriel; gestion administrative, commerciale et technique de fichiers informatiques; services de saisie et de traitement de données; conseils en gestion informatique; gestion de serveurs informatiques et de réseaux de transmission de données à valeur ajoutée (systèmes multimédia, vidéographie interactive, réseaux informatiques mondiaux de télécommunications); services de vente au détail de machines et d'appareils électriques et électroniques (rassemblement, pour des tiers, d'une série de produits afin de permettre aux clients de regarder et d'acheter à leur aise ces produits dans un magasin de vente au détail d'articles électriques); informations concernant la vente de matières premières; informations commerciales, agences d'informations commerciales; location de photocopieuses; promotion de la vente de produits et services de tiers y compris par annonces publicitaires, concours promotionnels, remises et primes sous forme de loteries promotionnelles, ristournes, points de réduction, et offres à valeur ajoutée réalisés en rapport avec l'utilisation de cartes de paiement; promotion de compétitions et événements sportifs à l'usage de tiers; promotion de concerts et d'événements culturels de tiers; organisation d'expositions à des fins commerciales ou publicitaires; fourniture de documentation, à savoir publipostage, distribution de matériel publicitaire, distribution d'échantillons; reproduction de documents; publicités concernant la promotion des ventes commerciales de produits et services au niveau de la vente au détail; services de fourniture d'informations liées au commerce électronique et vente électronique au détail; fourniture d'informations concernant l'achat de produits et de services en ligne via l'Internet et d'autres réseaux informatiques; services de documentation touristique, à savoir publicité concernant les transports, voyages, hôtels, logements, aliments et repas,

sports, divertissements et visites touristiques, de services d'agences touristiques; maintenance de bases de données informatisées./ Реклама; распространение рекламы всеми средствами массовой информации, в частности в форме тематических сообщений, ориентированных на человеческие ценности; реклама посредством спонсорства; бизнес-администрирование; работа в офисе; продвижение продуктов и услуг третьих лиц посредством договорных соглашений, в том числе партнерства (спонсорства) и лицензий, предлагая им повышенную известность и/или имидж и/или прилив симпатий, обусловленный известностью и/или имиджем культурного и спортивных мероприятий, особенно международных, и/или вызванного ими всплеска симпатий, продвижения товаров и услуг третьих лиц посредством фактора первоначального интереса, побуждающего общественность рассматривать среди множества конкурентов товары или услуги; услуги, представленные ему знаками, эмблемами или сообщениями, способными привлечь его внимание; продвижение продуктов и услуг третьих лиц посредством передачи изображений; аренда рекламных площадей всех видов и на любом носителе, цифровом или нет; коммерческое управление участием национальных сборных в международных спортивных соревнованиях, а также пропаганда среди общественности и заинтересованных кругов поддержки указанных команд в области управления запасами путем прямого маркетинга для третьих лиц, включающего маркетинг баз данных; рекламное консультирование посредством прямого маркетинга для третьих лиц, включая консультационные услуги по коммерческой реорганизации, услуги по управлению грузовым и автомобильным парком, а именно консультирование по выставлению счетов через глобальную компьютерную сеть в сфере управления грузовым и автомобильным парком; консультационные услуги по деловому администрированию; управление электростанциями других компаний; консультирование по вопросам управления электростанциями, а именно управление контрактами на ремонт и капитальный ремонт, а также закупки и консультационные услуги по поставке услуг и химикатов; управление поставками и инвентаризация продукции, консультирование, маркетинг, анализ цен и затрат, связанные с устройствами для электрохимической очистки жидкостей для промышленного использования, административное, коммерческое и техническое управление компьютерными файлами; услуги по вводу и обработке данных; консультирование по компьютерному управлению; управление компьютерными серверами и сетями передачи данных с добавленной стоимостью (мультимедийные системы, интерактивная видеосъемка, глобальные компьютерные телекоммуникационные сети (объединяющие, для других, ряд продуктов); дать возможность покупателям удобно просматривать и приобретать данную продукцию в розничном магазине электротоваров); продажа сырья, коммерческая информация, агентства коммерческой информации; аренда копировальных аппаратов; содействие продаже продуктов и услуг третьих лиц, включая рекламу, рекламные конкурсы, скидки и бонусы в виде лотерей, скидок, скидочных баллов и предложений с добавленной стоимостью, сделанных в связи с использованием платежных карт; продвижение спортивных соревнований и мероприятий для использования чужих концертов и культурных мероприятий; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; предоставление документации, а именно рассылка рекламных материалов, распространение образцов рекламы, относящейся к рекламе; продажа товаров и услуг на розничном уровне; услуги по предоставлению информации, касающейся электронной коммерции и электронной розничной торговли; покупка товаров и услуг онлайн через Интернет и другие услуги

туристической документации, а именно реклама, связанная с транспортом, путешествиями, гостиницами, проживание, питание, спорт, развлечения и экскурсии, услуги туристических агентств, ведение компьютеризированных баз данных.

- знак «**OLYMPIAD**» по международной регистрации №1128499 [4], правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена, в частности, в отношении товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ:

27 - Tapis, paillasons, nattes, linoléum et autres revêtements de sols; tentures murales non en matières textiles./ Ковры, коврики, циновки, линолеум и другие напольные покрытия нетекстильные.

35 - Publicité; diffusion d'annonces publicitaires par tous média, notamment sous forme de messages thématiques centrés sur les valeurs humaines; publicité par sponsoring; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; promotion des produits et services de tiers, par le moyen d'accords contractuels, notamment de partenariat (sponsoring) et de licences, leur offrant un surcroît de notoriété et/ou d'image et/ou un élan de sympathie dérivé de la notoriété et/ou de l'image de manifestations culturelles et sportives, notamment internationales, et/ou de l'élan de sympathie provoqué par celles-ci; promotion des produits et services de tiers par le moyen dit du facteur d'intérêt initial conduisant le public à considérer, parmi une multitude de concurrents, des produits ou services qui lui sont présentés munis de signes, emblèmes ou messages propres à capter son attention; promotion des produits et services de tiers par le moyen dit du transfert d'image; location d'espaces publicitaires de toutes natures et sur tout support, digital ou non; administration commerciale de la participation d'équipes nationales à une compétition athlétique internationale, et promotion auprès du public et des milieux intéressés du soutien aux dites équipes; services en matière de gestion d'inventaire; conseils en matière de services de contrôle des stocks; publicité par marketing direct pour des tiers consistant en marketing de bases de données; conseils en publicité par marketing direct pour des tiers consistant en marketing de bases de données; services de conseils en reorganization commerciale; services de gestion de parcs de camions et d'automobiles, à savoir facturation via un réseau informatique mondial; conseils en services de gestion de parcs de camions et d'automobiles; services de conseils en administration commerciale; gestion de centrales électriques de tiers; conseils en matière de gestion de centrales électriques; services commerciaux, à savoir administration de contrats de réparation et de révision; services de gestion de la chaîne d'approvisionnement et services de conseils en matière d'achat et d'approvisionnement en services et produits chimiques; gestion de l'approvisionnement et inventaire des produits, limitation des coûts; conseils, marketing, analyse des prix et des coûts concernant les dispositifs de purification électrochimique de liquides à usage industriel; gestion administrative, commerciale et technique de fichiers informatiques; services de saisie et de traitement de données; conseils en gestion informatique; gestion de serveurs informatiques et de réseaux de transmission de données à valeur ajoutée (systèmes multimédia, vidéographie interactive, réseaux informatiques mondiaux de télécommunications); services de vente au détail de machines et d'appareils électriques et électroniques (rassemblement, pour des tiers, d'une série de produits afin de permettre aux clients de regarder et d'acheter à leur aise ces produits dans un magasin de vente au détail d'articles électriques); informations concernant la vente de matières premières; informations commerciales, agences d'informations

commerciales; location de photocopieuses; promotion de la vente de produits et services de tiers y compris par annonces publicitaires, concours promotionnels, remises et primes sous forme de loteries promotionnelles, ristournes, points de réduction, et offres à valeur ajoutée réalisés en rapport avec l'utilisation de cartes de paiement; promotion de compétitions et événements sportifs à l'usage de tiers; promotion de concerts et d'événements culturels de tiers; organisation d'expositions à des fins commerciales ou publicitaires; fourniture de documentation, à savoir publipostage, distribution de matériel publicitaire, distribution d'échantillons; reproduction de documents; publicités concernant la promotion des ventes commerciales de produits et services au niveau de la vente au détail; services de fourniture d'informations liées au commerce électronique et vente électronique au détail; fourniture d'informations concernant l'achat de produits et de services en ligne via l'Internet et d'autres réseaux informatiques; services de documentation touristique, à savoir publicité concernant les transports, voyages, hôtels, logements, aliments et repas, sports, divertissements et visites touristiques, de services d'agences touristiques; maintenance de bases de données informatisées./ Реклама; распространение рекламы всеми средствами массовой информации, в частности в форме тематических сообщений, ориентированных на человеческие ценности; реклама посредством спонсорства; бизнес-администрирование; работа в офисе; продвижение продуктов и услуг третьих лиц посредством договорных соглашений, в том числе партнерства (спонсорства) и лицензий, предлагая им повышенную известность и/или имидж и/или прилив симпатий, обусловленный известностью и/или имиджем культурного и спортивных мероприятий, особенно международных, и/или вызванного ими всплеска симпатий, продвижения товаров и услуг третьих лиц посредством фактора первоначального интереса, побуждающего общественность рассматривать среди множества конкурентов товары или услуги; услуги, представленные ему знаками, эмблемами или сообщениями, способными привлечь его внимание; продвижение продуктов и услуг третьих лиц посредством передачи изображений; аренда рекламных площадей всех видов и на любом носителе, цифровом или нет; коммерческое управление участием национальных сборных в международных спортивных соревнованиях, а также пропаганда среди общественности и заинтересованных кругов поддержки указанных команд в области управления запасами путем прямого маркетинга для третьих лиц, включающего маркетинг баз данных; рекламное консультирование посредством прямого маркетинга для третьих лиц, включая консультационные услуги по коммерческой реорганизации, услуги по управлению грузовым и автомобильным парком, а именно консультирование по выставлению счетов через глобальную компьютерную сеть в сфере управления грузовым и автомобильным парком; консультационные услуги по деловому администрированию; управление электростанциями других компаний; консультирование по вопросам управления электростанциями, а именно управление контрактами на ремонт и капитальный ремонт, а также закупки и консультационные услуги по поставке услуг и химикатов; управление поставками и инвентаризация продукции, консультирование, маркетинг, анализ цен и затрат, связанные с устройствами для электрохимической очистки жидкостей для промышленного использования, административное, коммерческое и техническое управление компьютерными файлами; услуги по вводу и обработке данных; консультирование по компьютерному управлению; управление компьютерными серверами и сетями передачи данных с добавленной стоимостью (мультимедийные системы, интерактивная видеосъемка, глобальные компьютерные телекоммуникационные сети (объединяющие, для других, ряд продуктов); дать

возможность покупателям удобно просматривать и приобретать данную продукцию в розничном магазине электротоваров); продажа сырья, коммерческая информация, агентства коммерческой информации; аренда копировальных аппаратов; содействие продаже продуктов и услуг третьих лиц, включая рекламу, рекламные конкурсы, скидки и бонусы в виде лотерей, скидок, скидочных баллов и предложений с добавленной стоимостью, сделанных в связи с использованием платежных карт; продвижение спортивных соревнований и мероприятий для использования чужих концертов и культурных мероприятий; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; предоставление документации, а именно рассылка рекламных материалов, распространение образцов рекламы, относящейся к рекламе; продажа товаров и услуг на розничном уровне; услуги по предоставлению информации, касающейся электронной коммерции и электронной розничной торговли; покупка товаров и услуг онлайн через Интернет и другие услуги туристической документации, а именно реклама, связанная с транспортом, путешествиями, гостиницами, проживанием, питанием, спортом, развлечениями и экскурсиями, услуги туристических агентств, ведение компьютеризированных баз данных.

При сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленных знаков [1] – [4] коллегия руководствовалась сложившейся правоприменительной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного

обозначения. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

В данном случае сходство заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками и международными регистрациями, как правильно указано в заключении по результатам экспертизы, было установлено по фонетическому критерию, что обусловлено совпадением фонетически сходных сильных элементов «OLYMP-» - «OLIMP-», занимающих доминирующее положение в композиции сравниваемых знаков, формирующих серию товарных знаков, зарегистрированных на имя Международного Олимпийского комитета.

Однородность заявленных товаров 27 и услуг 35 классов МКТУ соответствующим товарам 27 и услугам 35 классов МКТУ, для которых зарегистрированы противопоставленные знаки [1] – [4], обусловлена принадлежностью к одним родовым и видовым группам товаров и услуг, относящимся к коврам и другим напольным покрытиям, услугам в области рекламы, бизнеса, продвижения товаров и услуг, деловому администрированию, что заявителем в возражении не оспаривается.

Таким образом, несмотря на представленное письмо-согласие Олимпийского Комитета России на государственную регистрацию в качестве товарного знака заявленного обозначения в отношении товаров 27 класса, за исключением товаров «коврики для занятий йогой; маты гимнастические; маты для лыжных склонов; татами» и услуг 35 класса, за исключением «менеджмент спортивный; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий», тем не менее, противопоставленные международные регистрации [1] – [4] в отсутствие документального подтверждения согласия Международного Олимпийского комитета на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении заявленных товаров 27 и услуг 35 классов МКТУ, по-прежнему являются препятствием для предоставления правовой охраны заявленному обозначению на основании положений пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия установила, что вывод о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса, сделанный в заключении по результатам экспертизы, на основании которого принято решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022745184, следует признать обоснованным.

Ссылки заявителя на примеры регистрации товарных знаков, включающих словесные элементы «Olympus» и «Олимп», не могут выступать в качестве убедительного мотива в защиту регистрации заявленного обозначения, поскольку решения о регистрации этих товарных знаков принимались при других фактических обстоятельствах и в иной правовой ситуации, кроме того, эти товарные знаки имеют существенные различия с заявленным обозначением, соответственно, при рассмотрении данного дела имеет место другая правовая ситуация.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.02.2024, оставить в силе решение Роспатента от 22.11.2023.