

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) [далее – Правила ППС], рассмотрела возражение, поступившее 29.03.2024, поданное компанией Дзе Проктер энд Гэмбл Компани Уан Проктер энд Гэмбл Плаза, Цинциннати, Огайо, Соединенные Штаты Америки (далее - лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 911863, при этом установила следующее.



Оспариваемый товарный знак «  » по заявке № 2022765822 с приоритетом от 16.09.2022 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 911863 на имя ООО "ЖИВАЯ ЗЕМЛЯ", 453103, РЕСПУБЛИКА БАШКОРТОСТАН, ГОРОД СТЕРЛИТАМАК, ЛЕНИНА ПР-КТ, ВЛД. 47Б, ОФИС 102 (далее – правообладатель) в отношении товаров 01, 03, 05, 12, услуг 35 классов МКТУ, указанных в свидетельстве, в цветовом сочетании: «жёлтый». Срок действия регистрации до 16.09.2032 г.

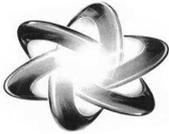
В поступившем 29.03.2024 возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 911863 оспариваемого товарного знака (1) произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 (1), 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, поступившего 29.03.2024, а также последующих дополнений к нему сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является обладателем исключительных прав на серию



товарных знаков: «  » (2) по свидетельству № 350766 с приоритетом от

08.03.2007 (срок действия регистрации продлен до 28.03.2027 г.), «  » (3)

по свидетельству № 477612 с приоритетом от 04.05.2011 (срок действия



регистрации продлен до 24.10.2031 г.), « **ARIEL** » (4) по свидетельству № 832517

с приоритетом от 08.06.2021, зарегистрированных ранее в отношении товаров 03, 05 классов МКТУ, однородных части товаров 03, 05 классов МКТУ оспариваемого знака (1);

- лицом, подавшим возражение, приведены выдержки из действующего законодательства, руководства, судебной практики (п. 162 постановления Пленума ВС РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», дело № СИП-584/2017) и т.п.;

- для установления факта смешения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для обычных потребителей;

- лицо, подавшее возражение, является одним из лидеров мирового рынка потребительских товаров и крупнейшим в мире рекламодателем с представительствами в 70 странах;

- продукция лица, подавшего возражение, продается в 180 странах, при этом компания «Дзе Проктер энд Гэмбл Компани» присутствует в Российской Федерации уже более 30 лет, объем инвестиций в российскую экономику превышает 1 миллиард долларов США;

- лицо, подавшее возражение, поддерживает бесперебойные поставки в Российскую Федерацию товаров первой необходимости и продолжает обеспечивать свои производства и производственные площадки запчастями и технической поддержкой;
- с информацией о деятельности «Дзе Проктер энд Гэмбл Компани» можно ознакомиться на сайтах: <https://us.pg.com/> и https://ru.wikipedia.org/wiki/Procter_%26_Gamble;
- противопоставленные товарные знаки (2-4) относятся к средствам для стирки, включая стиральные порошки и гели для стирки под товарными знаками «ARIEL», правообладателем которых является лицо, подавшее возражение;
- продукция «ARIEL» производится и вводится в гражданский оборот на всей территории Российской Федерации через аффилированных лиц;
- производство продукции «ARIEL» осуществляется ООО «ПРОКТЕР ЭНД ГЭМБЛ НОВОМОСКОВСК» на основании лицензионного договора (дата и номер государственной регистрации договора: 13.06.2018, РД0255512). Дистрибьютором продукции является ООО «ПРОКТЕР ЭНД ГЭМБЛ ДИСТРИБЬЮТОРСКАЯ КОМПАНИЯ»;
- в Российской Федерации продукция «ARIEL» присутствует с 1993 г. и хорошо известна российскому потребителю благодаря масштабной рекламе на телевидении (НТВ, ТНТ, ПЯТНИЦА и т.д.), сети Интернет, наружной рекламе и спонсорским мероприятиям;
- в настоящее время продукция «ARIEL» представлена широким ассортиментом продукции, включая стиральные порошки, гели для стирки и гели для стирки в растворимых капсулах;
- продукция «ARIEL» присутствует в продаже на всей территории Российской Федерации, в том числе в крупнейших федеральных торговых сетях (в частности: Магнит, Лента, Перекрёсток, Пятерочка, Ашан, METRO Cash and Carry), а также в Интернет-магазинах (Озон, Wildberries);
- в возражении представлены данные о расходах на рекламу за период 2017-2021 гг. и указаны образцы рекламной продукции;

- в результате многолетнего интенсивного использования и продвижения на рынке товарные знаки (2-4) приобрели широкую известность среди потребителей в Российской Федерации и очень высокую различительную способность;
- стиральный порошок «Ariel» впервые появился в продаже в ФРГ, Италии и Мексике в 1967 году и являлся для своего времени инновационным продуктом, так как в нем впервые была применена технология с использованием ферментов (энзимов). В качестве фирменного логотипа новой продукции был разработан рисунок в виде стилизованного символа атома - как символа научного прорыва и инноваций (далее - логотип «ARIEL»);
- с момента создания дизайн логотипа «ARIEL» регулярно обновлялся, но он всегда присутствовал на упаковке продукции «ARIEL» в качестве доминирующего графического элемента;
- с момента создания и по сегодняшний день логотип «ARIEL» является главным индивидуализирующим элементом упаковки продукции наряду с ее названием;
- за многие годы использования логотип «ARIEL» закрепился в качестве элемента имиджа продукции «ARIEL» и входит в число важнейших активов;
- лицом, подавшим возражение, представлено исследование оценки уровня узнаваемости бренда среди потребителей средств для стирки в России. Исследование, проведенное среди потребителей стиральных порошков в России и показало, что 77 % респондентов ассоциируют логотип «ARIEL» с продукцией «ARIEL». На основе исследования агентством «DECODE» была подготовлена аналитическая справка, объединяющая данные аналогичных исследований в России, Мексике и Великобритании. Логотип «ARIEL», вне зависимости от цветового сочетания и формы, является самым сильным активом в портфолио «ARIEL» и обладает статусом «знакового»;
- в 2021 г. было проведено другое исследование маркетинговым агентством «Toluna» (<https://tolunacorporate.com/>) для определения уровня узнаваемости бренда с использованием варианта обновленного дизайна логотипа «ARIEL». Результаты показали, что респонденты лучше воспринимают логотип «ARIEL» в более крупном размере;

- сравнение товарных знаков (1) и (2-4) показало, что совпадает их внешняя форма (и обусловленная формой симметрия) и совпадает их смысловое значение, поскольку на них изображен один и тот же объект – символ атома, включающий в себя ядро и движущиеся вокруг ядра электроны;
- оспариваемый товарный знак (1) зарегистрирован, в том числе, для широкого перечня товаров 03 и 05 классов МКТУ, которые являются однородными по отношению к товарам 03 и 05 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков (2-4). При этом они относятся к одной родовой категории, имеют совпадающие назначение и сферу применения, являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми, имеют одни и те же условия и каналы их реализации, круг потребителей, являются товарами массового спроса. При этом указанные товары относятся к сфере широкого потребления, являются дешевыми товарами краткосрочного пользования, которые реализуются через розничную сеть;
- возражение содержит достаточное количество доказательств того, что в результате интенсивного и непрерывного ввода в гражданский оборот в больших объемах, а также масштабной рекламы продукция «ARIEL» приобрела широкую известность и репутацию у российских потребителей, что способствовало возникновению у потребителей стойкой ассоциативной связи между товарными знаками (2-4) и лицом, подавшим возражение;
- регистрация оспариваемого товарного знака (1) способна создать в сознании потребителя ложное представление о том, что товары, маркируемые оспариваемым товарным знаком (1), выпускаются лицом, подавшим возражение, и входят в линейку продукции «ARIEL», а также, что оспариваемый товарный знак (1) является новой версией дизайна логотипа «ARIEL»;
- оспариваемый товарный знак (1) способен ввести потребителей в заблуждение относительно производителя оспариваемых товаров;
- лицо, подавшее возражение, является заинтересованным лицом в подаче настоящего возражения;

- представленные социологические исследования ВЦИОМ свидетельствуют о



высоком уровне известности обозначения «ARIEL» и обозначения «»;

- по результатам исследования «Мониторинг «здоровья» бренда» уровень узнаваемости бренда «ARIEL» является высоким;

- в возражении представлены сведения об объемах и сведения о размещении рекламы продукции «ARIEL» на телеканалах за период 2018-2021 гг., а также отчеты агентов по соответствующим договорам;

- согласно внутренней отчетности за период 2019-2022 гг. совокупный объем реализованной в Российской Федерации продукции «ARIEL» соответствует более чем 3,4 млрд. средних циклов стирки;

- в дополнениях упоминается, что лицом, подавшим возражение, было направлено предложение правообладателю о мирном урегулировании спора. Правообладатель отказался от мирного урегулирования.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку (1) по свидетельству № 911863 в отношении части товаров 03 класса МКТУ *«ароматизаторы [эфирные масла]; вещества ароматические для отдушивания белья; глянец-крахмал для стирки; кора мыльного дерева для стирки; крахмал для стирки; масла эфирные; мыла; мыла дезодорирующие; мыла для оживления оттенков тканей; мыла кусковые туалетные; мыло миндальное; препараты для замачивания белья; препараты для лощения [подкрахмаливания]; препараты для обесцвечивания; препараты для смягчения белья при стирке; препараты для сухой чистки; препараты для чистки; препараты для чистки химические бытовые; препараты отбеливающие [обесцвечивающие] для бытовых целей; препараты химические бытовые для оживления красок при стирке белья; пятновыводители; салфетки антистатические для сушильных машин; салфетки, предотвращающие окраску при стирке; синька для обработки белья; смеси ароматические из цветов и трав; сода для отбеливания; сода стиральная для чистки; соли для отбеливания; средства для придания блеска белью; средства для стирки; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; средства отбеливающие для стирки; тряпки для уборки, пропитанные моющими*

средствами» и товаров 05 класса МТКУ «дезодоранты для одежды и текстильных изделий; мыла антибактериальные; мыла дезинфицирующие; средства дезинфицирующие».

В подтверждение своих доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие документы:

- копии распечаток в отношении товарных знаков (2-4) – (5);
- сведения о лице, подавшем возражение – (6);
- сведения об аффилированности дочерних компаний – (7);
- каталог продукции «ARIEL» - (8);
- сведения о присутствии продукции «ARIEL» в России - (9);
- образцы рекламных материалов продукции «ARIEL» - (10);
- история логотипа «ARIEL» - (11);
- исследование маркетингового агентства «DECODE» с переводом на русский язык - (12);
- аналитическая справка маркетингового агентства «DECODE» с переводом на русский язык - (13);
- исследование маркетингового агентства «Toluna» с переводом на русский язык – (14);
- примеры универсального применения средств бытовой химии – (15);
- отчет ВЦИОМ от 11 апреля 2024 г. «Уровень известности обозначения на настоящее время и на сентябрь 2021 года» – (16);
- отчет ВЦИОМ от 10 апреля 2024 г. «Уровень известности обозначения ARIEL на настоящее время и на сентябрь 2021 года» – (17);
- распечатка статьи из «Вестника РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2022 г. т. 19, № 4 (124), распечатка статьи с источника www.profi-forex.org от 18.12.2012 г. – (18);
- медиапланы за финансовый период: 2017/2018, 2018/2019, 2019/2020, 2020/2021 гг. – (19);
- акты о размещении рекламы продукции «ARIEL» на телеканалах за период 2018-2021 гг. – (20);
- акты о размещении рекламы продукции «ARIEL» в сети Интернет за период 2018-2021 гг. – (21);

- данные с сервиса «Продажи в РФ» о доле рынка стиральных порошков «ARIEL» за финансовый год 2021-2022 гг. – (22);
- обращение (претензия) к правообладателю и его ответ – (23);
- подтверждение отправки дополнений к возражению по электронной почте правообладателя – (24);
- выдержка из исследования «Мониторинг «здоровья» бренда» с переводом на русский язык – (25);
- исследование от 23.10.2024 г. с переводом на русский язык в отношении отслеживания «здоровья бренда» - средства для стирки – (26).

Правообладатель был ознакомлен с поступившим возражением и отзыв по его мотивам не представил.

Уведомленный надлежащим образом правообладатель на заседании коллегии отсутствовал. В соответствии с пунктом 41 Правил ППС неявка сторон спора, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания. Таким образом, заседание коллегии по рассмотрению возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку (1) по свидетельству № 911863 было проведено в отсутствие надлежаще уведомленного правообладателя.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 29.03.2024, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (16.09.2022) оспариваемого товарного знака (1), правовая база для оценки его охраноспособности включает Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

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

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

Согласно требованиям пункта 43 Правил изобразительные и объемные обозначения сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы.

Сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: внешняя форма; наличие или отсутствие симметрии; смысловое значение; вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); сочетание цветов и тонов.

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

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

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

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги

по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).



Оспариваемый товарный знак «  » (1) по свидетельству № 911863 (приоритет от 16.09.2022) представляет собой изобразительное обозначение, состоящее из пересекающихся овалов и окружностей в центре. Правовая охрана товарного знака (1) действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 01, 03, 05, 12, услуг 35 классов МКТУ, указанных в свидетельстве, в цветовом сочетании: «жёлтый». Срок действия регистрации до 16.09.2032 г.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. При анализе возражения коллегией оценивалась заинтересованность лица, подавшего возражения, в его подаче. Исключительное право на товарные знаки (2-4), а также ведение деятельности с использованием исследуемых обозначений лицом, подавшим возражение, свидетельствуют о наличии его заинтересованности в подаче настоящего возражения.

В соответствии с пунктом 2 (1) статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение пяти лет со дня публикации сведений о государственной регистрации товарного знака в официальном бюллетене (статья 1506), если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 6, 7 и 10 статьи 1483 настоящего Кодекса.

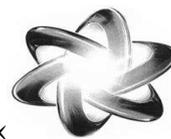
Публикация сведений о предоставлении правовой охраны товарному знаку (1) по свидетельству № 911863 в отношении товаров и услуг, указанных в перечне свидетельства, была осуществлена 15.12.2022 г. Подача возражения произведена с соблюдением пятилетнего срока со дня публикации сведений о предоставлении правовой охраны оспариваемому товарному знаку (1) на территории Российской Федерации в официальном бюллетене.

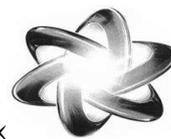
В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака (1) требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В возражении противопоставлены следующие товарные знаки, исключительное право на которые принадлежат лицу, подавшему возражение:



«  » (2) по свидетельству № 350766 с приоритетом от 08.03.2007 (срок



действия регистрации продлен до 28.03.2027 г.), «  » (3) по свидетельству № 477612 с приоритетом от 04.05.2011 (срок действия регистрации продлен до



24.10.2031 г.), « **ARIEL** » (4) по свидетельству № 832517 с приоритетом от 08.06.2021 г. Правовая охрана товарных знаков (2,3) действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 03 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельств. Правовая охрана товарного знака (4) действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 03, 05 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Оспариваемый товарный знак (1) представляет собой изображение пересекающихся овалов и окружностей в пространстве и воспринимается как стилизованное изображение атома. Противопоставленные товарные знаки (2-4) содержат в своем составе стилизованное изображение трех утолщенных колец, пересекающихся в пространстве и формирующих образ атома.

Анализ оспариваемого товарного знака (1) и товарных знаков (2-4) показал, что, несмотря на то, что каждый из них содержит стилизованное изображение атома, они имеют существенные различия, которые по своей совокупности приводят к отсутствию сходства:

- сравниваемые знаки различаются по внешней форме. В оспариваемом знаке (1) присутствуют четыре тонких овальных кольца и 5 мелких окружностей, расположенных в центре композиции. Товарные знаки (2-4) включают три

утолщенных кольца. Центр противопоставленных знаков (3,4) выполнен светящейся искрой с расходящимися лучами, которые падают на пересекающиеся кольца;

- разное количество колец и разная их форма выполнения приводят к тому, что симметричность выполнения сравниваемых знаков отсутствует;

- вид и характер изображений (разные стилизованные изображения атома);

- сравниваемые знаки имеют разное цветовое сочетание. Оспариваемый знак (1) выполнен в желтом цвете. Противопоставленный знак (4) исполнен в красном, зеленом, светло-зеленом и белом цвете. Противопоставленные знаки (2,3) выполнены в черно-белом цветовом сочетании.

Указанные обстоятельства свидетельствуют о возникновении разных образов. Следовательно, сравниваемые товарные знаки (1) и (2-4) не ассоциируются друг с другом в целом, т.е. являются несходными.

Сравнение перечней товаров 03, 05 классов МКТУ сопоставляемых товарных знаков (1) и (2-4) с целью определения их однородности показало следующее.

Оспариваемые товары 03 класса МКТУ *«ароматизаторы [эфирные масла]; вещества ароматические для отдушивания белья; масла эфирные; смеси ароматические из цветов и трав»* и товары 03 класса МКТУ *«эфирные масла»* противопоставленных товарных знаков (2,3), товары 03 класса МКТУ *«смеси ароматические из цветов и трав»* противопоставленного товарного знака (4) либо идентичны, либо соотносятся как род (вид) *«средства ароматизирующие»*, имеют общее назначение (для ароматизации), общий круг потребителей, продаются на одинаковых прилавках в магазинах, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые товары 03 класса МКТУ *«глянец-крахмал для стирки; кора мыльного дерева для стирки; крахмал для стирки; мыла; мыла дезодорирующие; мыла для оживления оттенков тканей; мыла кусковые туалетные; мыло миндальное; препараты для замачивания белья; препараты для лощения [подкрахмаливания]; препараты для обесцвечивания; препараты для смягчения белья при стирке; препараты для сухой чистки; препараты для чистки; препараты для чистки химические бытовые; препараты отбеливающие [обесцвечивающие] для бытовых целей; препараты химические бытовые для оживления красок при стирке белья; пятновыводители; салфетки антистатические для сушильных машин; салфетки, предотвращающие окраску при стирке; синька для обработки белья; сода для отбеливания; сода*

стиральная для чистки; соли для отбеливания; средства для придания блеска белью; средства для стирки; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; средства отбеливающие для стирки; тряпки для уборки, пропитанные моющими средствами» и товары 03 класса МКТУ «*препараты для отбеливания и прочие вещества для стирки; препараты для чистки, полирования, обезжиривания и абразивной обработки; мыла*» противопоставленных товарных знаков (2,3), товары 03 класса МКТУ «*синька для обработки белья; крахмал для придания блеска белью; препараты химические бытовые для оживления красок при стирке белья; препараты для стирки; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; препараты для замачивания белья; препараты для смягчения белья при стирке*» противопоставленного товарного знака (4) либо идентичны, либо относятся к одному родовому понятию «*товары санитарно-гигиенические*», имеют общее назначение (для стирки и уборки), общий круг потребителей, продаются на одинаковых прилавках в магазинах, что свидетельствует об их однородности.

Оспариваемые товары 05 класса МКТУ «*дезодоранты для одежды и текстильных изделий; мыла антибактериальные; мыла дезинфицирующие; средства дезинфицирующие*» и товары 05 класса МКТУ «*средства дезинфицирующие; антисептики; средства дезинфицирующие для гигиенических целей; мыла дезинфицирующие; мыла антибактериальные; средства моющие для медицинских целей*» противопоставленного товарного знака (4) либо идентичны, либо относятся к одному родовому понятию «*изделия, препараты и средства гигиенические*», имеют общее назначение (для ухода за собой), общий круг потребителей, продаются на одинаковых прилавках в магазинах, что свидетельствует об их однородности.

Кроме того, вышеуказанные товары 03 класса МКТУ «*мыла; мыла дезодорирующие; мыла кусковые туалетные; мыло миндальное; препараты для замачивания белья; препараты для сухой чистки; препараты для чистки; препараты для чистки химические бытовые; препараты отбеливающие [обесцвечивающие] для бытовых целей; средства для стирки; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; тряпки для уборки, пропитанные моющими средствами*» оспариваемого знака (1) являются корреспондирующими по отношению к товарам 05 класса МКТУ «*средства дезинфицирующие; антисептики; средства дезинфицирующие для гигиенических целей; мыла дезинфицирующие; мыла антибактериальные; средства моющие для медицинских целей*»

противопоставленного товарного знака (4), при этом они имеют общее назначение (для ухода, дезинфекции), общий круг потребителей, имеют совместную встречаемость в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Вместе с тем, с учетом отсутствия сходства сравниваемых знаков однородные товары 03 и 05 классов МКТУ не будут смешиваться в гражданском обороте.

Таким образом, исходя из совокупности вышеизложенных обстоятельств, коллегия пришла к выводу о необоснованности доводов поступившего возражения в части противоречия оспариваемого товарного знака (1) требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака (1) требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Сам по себе оспариваемый товарный знак (1) ложной информации относительно товара, либо его изготовителя не несёт.

Согласно сложившейся правовой позиции суда 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.

Коллегия приняла к сведению представленные лицом, подавшим возражение, документы (6-26), касающиеся наличия в гражданском обороте на территории Российской Федерации средств бытовой химии «ARIEL», при маркировке которых также используются изобразительные элементы противопоставленных товарных знаков (2-4).

Материалы (6,7) представляют собой распечатку из Википедии касательно компании «Дзе Проктер энд Гэмбл Компани», а также сведения об аффилированности дочерних компаний. Материалы (8) представляют собой каталог продукции «ARIEL». Материалы (9-11,15) представляют собой общую информацию о продукции «ARIEL» в России, образцы рекламы и данные по истории логотипа «ARIEL», а также примеры средств бытовой химии.

Маркетинговое исследование, справка (12,13) касаются изучения бренда стирального порошка «ARIEL». Согласно маркетинговому исследованию 77 % респондентов ассоциируют логотип «ARIEL» с продукцией «ARIEL», а 84 % респондентов ассоциируют с продукцией «ARIEL» логотип «ARIEL», разделенный по вертикали.

Исследование маркетингового агентства «Toluna» (14) касается восприятия бренда «ARIEL», в том числе с учетом использования более крупного логотипа. При этом было опрошено 200 потребителей, что не соответствует установленным методологическим подходам.

Отчет ВЦИОМ (16) касается уровня известности обозначения «» на настоящее время и на сентябрь 2021 год. Так, большинство участников (83 %) полагают, что продукция, маркируемая исследуемым обозначением, выпускается под брендом «ARIEL». При этом, каждый второй участник (48 %) заявил, что обозначение используется для стирального порошка. Кроме того, 30 % респондентов указали марку «ARIEL». Среди респондентов, осведомленных о данном обозначении, семь из десяти (72 %) знакомы с товарами, маркированными исследуемым обозначением, не менее 6 лет.

Отчет ВЦИОМ (17) касается уровня известности словесного обозначения «ARIEL» на настоящее время и на сентябрь 2021 года. Согласно данному исследованию большинство потребителей (94 %) ответили, что обозначение «ARIEL» используется в качестве средства для стирки. Отчет ВЦИОМ (17) касается исследования словесного обозначения и не содержит мнения потребителей в отношении восприятия изобразительных элементов.

Распечатки статей (18), а также данные с сервиса «Продажи в РФ» (22) содержат общую информацию касательно гигиены быта и лидирующих позиций лица, подавшего возражение, на рынке. Исследования (25,26) относятся к изучению брендов и средств для стирки. Документы (19-21) касаются рекламы продукции лица, подавшего возражение, за период 2017-2021 гг., в том числе на телевидении и в сети Интернет.

Таким образом, представленные документы свидетельствуют об определенном уровне известности лица, подавшего возражение, как производителя средств бытовой химии и используемых для их маркировки обозначений.

Вместе с тем, возражение не содержит документального подтверждения того факта, что потребители были введены в заблуждение относительно источника происхождения (производителя) исследуемых товаров 03 и 05 классов МКТУ, маркируемых сравниваемыми товарными знаками.

Как было установлено выше, оспариваемый товарный знак (1) и принадлежащие лицу, подавшему возражение, товарные знаки (2-4) не являются сходными, не ассоциируются друг с другом в гражданском обороте при сопровождении однородных товаров 03, 05 классов МКТУ. В этой связи, нет оснований полагать, что оспариваемый товарный знак (1) вызывает не соответствующее действительности представление о его правообладателе (производителе товаров), либо новой версии дизайна логотипа «ARIEL».

Следовательно, довод возражения о способности оспариваемого товарного знака (1) вызывать у потребителя не соответствующие действительности представления и вводить его в заблуждение относительно изготовителя по смыслу требований, изложенных в подпункте 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, является неубедительным.

Отзыв правообладателем по мотивам возражения представлен не был. Вместе с тем, анализ претензии и ответа правообладателя (23) показал следующее. Правообладатель сообщает, что на стадии экспертизы оспариваемого знака (1) указанные противопоставленные товарные знаки (2-4) не были противопоставлены как сходные до степени смешения. Правообладатель использует оспариваемый товарный знак (1) надлежащим образом в соответствии с действующим

законодательством. Указанные обстоятельства дополнительно свидетельствуют о том, что правообладатель не усматривает смешение в гражданском обороте сравниваемых товарных знаков.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 29.03.2024, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 911863.