

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** **по результатам рассмотрения возражения**

Коллегия в порядке, установленном частью IV 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 поступившее 22.07.2022 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражение, поданное Общероссийской общественно-государственной организацией «Союз женщин России», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 873668, при этом установлено следующее.

Женщины России

Оспариваемый товарный знак по заявке № 2021735355 с приоритетом от 08.06.2021 зарегистрирован 02.06.2022 (срок действия регистрации до 08.06.2031) в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за № 873668 на имя Фонда поддержки национальной женской премии, Москва (далее – правообладатель) в отношении товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Согласно описанию, приведенному в материалах заявки, оспариваемый товарный знак представляет собой словесное обозначение «Женщины России».


В поступившем 22.07.2022 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 873668 товарного знака произведена в нарушение требований, установленных пунктами 2, 3 (1,2), 8 статьи 1483 Кодекса. Также коллегия

применяла пункт 45 Правил ППС и указывала противоречие оспариваемого знака требованиям пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса в части противоречия общественным интересам.

Доводы возражения, а также последующих дополнений и комментариев, в том числе на отзыв правообладателя, сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак по свидетельству № 873668 со словесным элементом «Женщины России» является сходным до степени смешения с фирменным наименованием и коммерческим обозначением (символикой) общероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России», исключительные права на которые возникли ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака;



- коммерческое обозначение «» лица, подавшего возражение, является комбинированным, состоит из графического и словесных элементов. Основным индивидуализирующим элементом в коммерческом обозначении является словесный элемент «Союз женщин России»;

- словесные элементы «Женщины России» и «Союз женщин России» обладают высокой степенью фонетического сходства. Визуальное сходство словесных элементов «Женщины России» и «Союз женщин России» обусловлено тем, что обозначения являются словесными, выполнены стандартным шрифтовым начертанием, буквами одного алфавита. Семантически сравниваемые элементы способны вызывать одинаковые ассоциации и представления, поскольку внимание сконцентрировано вокруг женского населения Российской Федерации;

- «Союз женщин России» осуществляет все действия, направленные на достижение уставных целей, в том числе распространяет информацию о своей деятельности, разрабатывает и претворяет в жизнь социальные проекты, учреждает средства массовой информации, осуществляет издательскую деятельность и т.д.;

- сходство по фонетическим, графическим и семантическим признакам усиливается за счет единых направлений общественной деятельности организаций, которая

главным образом сосредоточена вокруг женщин, и их роли в различных сферах жизни общества;

- «Союз женщин России» - это общественная организация с территориальной сферой деятельности - Российская Федерация, осуществляющая свою деятельность более 80 лет, и выступающая, в том числе как средство массовой информации, то обозначение, зарегистрированное в качестве оспариваемого товарного знака «Женщины России» по свидетельству № 873668 может быть воспринято как обозначение, принадлежащее «Союзу женщин России». Указанные обстоятельства являются введением потребителя в заблуждение относительно производителя товаров и лица, оказывающего услуги;

- оспариваемый товарный знак способен породить у среднего российского потребителя представление о принадлежности товаров (услуг), маркируемых им, лицу, имеющему государственную форму собственности или связанному с государственными структурами, что не соответствует действительности;

- использование оспариваемого товарного знака «Женщины России» для индивидуализации таких товаров и услуг, как *«бумага туалетная, мешки пластиковые для уборки отходов домашних животных, ленты сигарные, услуги казино, игры азартные, бальзамирование; бюро похоронные; кремация; услуги по выгулу собак; услуги погребальные, проведение религиозных и ритуальных церемоний»*, не способствует повышению общественного статуса женщин Российской Федерации, что противоречит общественным интересам;

- лицо, подавшее возражение, является одной из старейших общественных организаций, берущей свое начало в 1941 году как Антифашистский комитет советских женщин (с 1956 г. Комитет советских женщин), с 1992 года - преемник Комитета советских женщин, отметивший в 2021 году - 80-летие организации, и продолжающей деятельность в статусе общественно-государственной организации в настоящее время;

- устав «Союза женщин России» впервые был принят на Учредительной конференции женщин 23 ноября 1990 г. «Союз женщин России» создан в организационно-правовой форме - общественная организация;

- «Союз женщин России» создан в организационно-правовой форме - общественная организация (статья 50 Кодекса);
- в структуре «Союза женщин России» созданы и осуществляют свою деятельность 85 региональных отделений, расположенных во всех субъектах Российской Федерации. Организация объединяет тысячи женщин, проживающих в городах и сельских поселениях, где созданы Женсоветы Организации. Всего в структуре Организации по приблизительным подсчётам действуют более 20 тысяч Женсоветов;
- в настоящее время в «Союз женщин России» входят на правах членов 60 общественных объединений женщин;
- в соответствии с ФЗ от 19.05.1995 г. № 82-ФЗ «Об общественных объединениях» общественные объединения вправе иметь символику: эмблемы, гербы, иные геральдические знаки, флаги, а также гимны;
- в уставе лица, подавшего возражение, содержится описание символики - Эмблема Союза представляет собой графическое изображение женщины, устремленной в будущее, держащей в руке звезду. По кругу написано наименование Союза на русском, английском и французском языках. Эталонные рисунки эмблемы Союза могут быть исполнены в цвете и в монохромном виде. Эмблема Союза является единой для использования его структурными подразделениями;
- графическое изображение создано Шипицовой Е.В., и в 1993 г. передано «Союзу женщин России» для использования в качестве официальной эмблемы, что подтверждается актом приема-передачи рисунка;
- «Союз женщин России» использует символику при проведении своих мероприятий, на бланках и штампах, свидетельствах членов, на сувенирной продукции и печатных периодических изданиях, а также в сети Интернет;
- одним из общественных объединений стало политическое движение «Женщины России». По списку политического движения «Женщины России» была образована первая в мире парламентская женская фракция «Женщины России»;
- по инициативе фракции «Женщины России» в Государственной Думе был создан Комитет по делам женщин, семьи и молодежи, члены которого разработали и

приняли действующий до настоящего времени Семейный Кодекс. Кроме того, были разработаны и приняты более 300 законов;

- доказательством активной деятельности движения «Женщины России» являются многочисленные информационные издания, публикации;

- Интернет-ресурс «Союза женщин России» <https://wuor.ru/> зарегистрирован в качестве средства массовой информации. Свидетельство о регистрации: СМИ ЭЛ № ФС77-78338 от 24.04.2020;

- одним из социальных проектов «Союза женщин России» является интернет-портал «Женщины России» <https://womenofrussia.online/>, который основан при поддержке Правительства РФ, и направлен на популяризацию роли женщины в жизни страны и продвижение женской повестки в сети «Интернет»;

- в 2021 году в целях создания благоприятных условий для участия женщин в рыночных отношениях, поддержки их предпринимательской инициативы, а также укрепления партнерских отношений с ассоциациями деловых женщин в Европе, Азии и по всему миру в структуре «Союза женщин России» был создан «Клуб женщин-предпринимателей Союза женщин России»;

- «Союз женщин России» имеет Консультативный статус при ЭКОСОС ООН, аккредитован в Информационном департаменте ООН, состоит в трех международных женских организациях: Международный Совет женщин, Всемирная ассоциация сельских женщин, Международная демократическая федерация женщин;

- в состав оспариваемого товарного знака в качестве охраняемого элемента включено слово «России», которое является производным от наименования Российская Федерация. Согласно пункту 2 статьи 1231.1 Кодекса официальные символы, наименования и отличительные знаки, их узнаваемые части или имитации могут быть включены в средство индивидуализации в качестве неохраняемого элемента, если на это имеется согласие соответствующего компетентного государственного органа, органа международной или межправительственной организации. В заявке на оспариваемый товарный знак согласие соответствующего компетентного государственного органа отсутствует;

- потребитель может прийти к умозаключению, что товар или услуга, на которых размещен оспариваемый товарный знак - это выбор всех женщин Российской Федерации. Данные обстоятельства создают для правообладателя неоправданные конкурентные преимущества в гражданском обороте;
- законодательством не устанавливается каких-либо требований к составу элементов имущественного комплекса для цели отнесения его к предприятию;
- пункт 1 статьи 1538 Кодекса гласит, что юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий (статья 132) коммерческие обозначения;
- лицо, подавшее возражение, (постоянно действующий руководящий орган, редакция СМИ, музей «Союза женщин России») располагается в нежилом здании (принадлежит на правах собственности) по адресу: Москва, ул. Глинищевский пер., д. 6;
- фотоматериалы иллюстрируют размещение вывески с конкретным обозначением. По состоянию на 31.12.2021 г. лицо, подавшее возражение, имеет в своем распоряжении следующее имущество: оргтехника, мебель, телевизоры и т.п.;
- музей «Союза женщин России» доступен всем желающим не только в формате очного посещения, но и в рамках виртуальной экскурсии. Кроме того, осуществляется выпуск и распространение различной сувенирной продукции;
- Интернет-ресурсы, периодическая печатная продукция также должны оцениваться с точки зрения имущественного комплекса;
- информация о тиражах печатного журнала «Союз женщин России», а также о затратах на его печать, представлена в договорах по подготовке печатной полиграфической продукции, спецификациях и платежных поручениях. Также был создан Общественный совет журнала «Союз женщин России» - своеобразная редколлегия, которая может влиять на содержание рубрик;

- на администрирование сайтов и их техническое обслуживание было затрачено 3 368 162 рубля 00 копеек;
- затраты на изготовление сувенирной продукции за год составили 4 781 500 рублей, 00 копеек;
- в марте 2021 г. был открыт медиацентр «Союза женщин России» - «Женский вопрос»;
- помимо целевых доходов, лицо, подавшее возражение, получает доход от предоставления во временное возмездное пользование (аренду) свободных площадей, принадлежащего ему нежилого здания, что подтверждается книгами учета доходов и расходов «Союза женщин России» за 2020-2022 гг. и иными документами;
- в материалах возражения имеются доказательства присутствия и активной деятельности лица, подавшего возражение, в каждом регионе Российской Федерации;
- деятельность «Союза женщин России» постоянно освещается сторонними средствами массовой информации (приведены источники на сеть Интернет: <https://ria.ru>, <https://www.rbgmedia.ru> и т.д.);
- в возражении приведен список национальных советов, входящих в «Международный совет женщин», а также сведения об уплате членских взносов;
- представленные в отзыве правообладателя доказательства не являются убедительными в части приобретения оспариваемым товарным знаком известности среди потребителей товаров 16 и услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ;
- сведения о правообладателе как о некоммерческой организации с наименованием «Фонд женщины России» отсутствуют. Устав фонда должен содержать наименование фонда, включающее слово «фонд», сведения о цели фонда и т.д.;
- использование товарного знака «Женщины России» совместно с наименованием формы некоммерческой организации «фонд» противоречит Федеральному закону от 12.01.1996 №7-ФЗ «О некоммерческих организациях», и должно быть расценено как подмена понятия, а также введение в заблуждение неограниченного круга лиц, относительно лица, производящего товары и/или оказывающего услуги.

- с учетом того, что лицо, подавшее возражение, и правообладатель являются некоммерческими организациями и осуществляют аналогичный вид деятельности, следует вывод о том, что существование некоммерческой организации со сходным наименованием может помешать нормальному ходу гражданского оборота;
- сведения об иных товарных знаках не должны приниматься во внимание;
- представленные правообладателем доводы не опровергают исключительного права на коммерческое обозначение, которое возникло ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака, авторского права на название периодического издания, которое возникло ранее даты приоритета товарного знака, а именно в 2019 г., исключительного права на фирменное наименование, которое возникло 04.04.1997 г.;
- лицо, подавшее возражение, расширило изложенные в возражении основания против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 873668 по пункту 3 (2) статьи 1483 Кодекса. Так, женщины - это особая социально-демографическая группа. По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат) на 1 января 2022 г. численность женщин Российской Федерации составила 77,9 млн. человек. Приведенные цифры позволяют сделать вывод о том, что предоставление правообладателю монопольного права на использование словосочетания «Женщины России», обладающего столь однозначной семантикой, в отношении всех товаров 16 и услуг 35, 36, 41 и 45 классов МКТУ, противоречит общественным интересам, поскольку затрагивает интересы широкого слоя населения. Коммерциализация оспариваемого товарного знака может помешать нормальному ходу гражданского оборота, что дает необоснованные преимущества, поскольку товар и/или услуга рекомендован большинством женщин России. Использование оспариваемого товарного знака может поставить в неравные условия права и интересы других социально-демографических групп, например, мужчин России.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по



свидетельству № 873668 в отношении всех товаров и услуг, указанных в перечне свидетельства.

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

- выписка из ЕГРЮЛ в отношении «Союза женщин России» - [1];
- устав «Союза женщин России» - [2];
- указ Президента РФ от 11.12.2018 г. №706 «Об Общероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России» - [3];
- выписка из ЕГРН о зарегистрированных правах на нежилое здание по адресу: «г. Москва, Глинищевский переулок» - [4];
- сведения о региональных отделениях, общественных объединениях, входящих на правах членов в «Союз женщин России» - [5];
- распоряжение Правительства РФ от 13.06.2019 № 1272-р «О составе органов управления Союза женщин России» - [6];
- акт приема-передачи рисунка «Союзу женщин России» - [7];
- сведения о политическом движении «Женщины России» - [8];
- сведения о зарегистрированном СМИ «Союз женщин России» - [9];
- письма Правительства РФ от 15.02.2021 №ДГ-п10-1695, от 18.06.2021 №ДГ-п 10-7907 - [10];
- сведения о международном сотрудничестве - [11];
- сайт «Союза женщин России» - <https://wuor.ru/> - [12];
- сайт журнала «Союз женщин России»: <https://wuor.ru/media/journal/> - [13];
- сайт регионального отделения «Союза женщин России»: <https://wuor.ru/regions/> - [14];
- сайт Интернет-портала «Женщины России» <https://womenofrussia.online/> - [15];
- Youtube-канал Общероссийской Общественно-государственной организации «Союз женщин России»: <https://www.youtube.com/c/СоюзженщинРоссииСЖР/featured> - [16];
- страница в Вконтакте: <https://vk.com/wuormoscow> - [17];

- канал на Яндекс Дзен: <https://zen.yandex.ru/wuor> - [18];
- группа в социальной сети Одноклассники: <https://ok.ru/group/61123646587023> - [19];
- охранно-арендный договор № 225 от 01.07.1997 г. в отношении нежилого здания по адресу: «г. Москва, пер. Глинищевский, д. 6», договор аренды № 09-07-20/01 от 09.07.2020 г. в отношении имущества по тому же адресу и т.д. - [20];
- договор о предоставлении земельного участка в пользование на условиях аренды №М-01-514-362 от 27 марта 2007 г. - [21];
- инвентаризационная опись по состоянию на 31.12.2021 г. - [22];
- акт приема-передачи оборудования (ноутбуков) в региональные отделения «Союза женщин России» от 26.11.2019 г. - [23];
- справка о штатной численности «Союза женщин России» по состоянию на 2020 г. и 2022 г. - [24];
- распечатка с сайта izi.TRAVEL о «Музее Союза женщин России» - [25];
- сведения о лицензии печатного СМИ ПИ № ФС 77 - 79604, журнал «Союз женщин России» - [26];
- договор № 081119 от 08.11.2019 г. и платежное поручение № 932 от 11.11.2019 г. за печать журнала «Союз женщин России» 900 экз. - [27];
- платежные поручения №№ 1189 от 17.12.2019 г., 916 от 23.10.2020 г., 917 от 23.10.2020 г. за издание журнала «Союз женщин России» 900 экз. и 600 экз. - [28];
- договор № 33ПКП/21 от 24.03.2021 г. и приложения к нему за 2021 г. - [29];
- договор № 33ПКП/22 от 10.01.2022 г. с приложениями за 2022 г. - [30];
- договор № 1305 от 13.05.2019 г. с платежными поручениями об оплате услуг за 2019, 2020 гг. - [31];
- приложения к договору № 1607 от 16.07.2019 г., с платежными поручениями за 2020, 2021 гг. - [32];
- договор № 2008 от 28.08.2020 г. со счетами, платежными поручениями, актами за 2020 год - [33];
- банковские выписки за период июль 2019 г. - сентябрь 2022 г., за периоды 01.10.2021-06.09.2022 и 01.12.2021-06.09.2022 - [34];
- журнал «Союз женщин России» - [35];

- договор на администрирование сайта № Р-20200810 от 10.08.2020 г. со счетами, платежными поручениями, актами за 2020 год - [36];
- сведения о лицензии СМИ ЭЛ № ФС 77 - 81057 от 30.04.2021 г. и ЭЛ № ФС 77 – 81056 от 30.04.2021 г. - [37];
- книги учета доходов и расходов «Союза женщин России» за 2020-2022 гг., выписка из 1С по контрагентам-арендаторам за 2020-2022 гг., выдержки из договоров аренды №09-07-20/01 от 09.07.2020 г., №01/08-20/05 от 01.08.2020 г., №01/08-20/08 от 01.08.2020 г., № 01/0820/09 от 01.08.2020 г. и иные платежные документы - [38];
- договор на изготовление и поставку сувенирной продукции № 14/09/17 от 07.09.2021 г. с приложениями №№ 1-11 - [39];
- платежные поручения об оплате услуг за 2021-2022 гг. - [40];
- выписка с расчетного счета «Союза женщин России» за период сентябрь 2021-сентябрь – 2022 г. - [41];
- сведения о региональных отделениях - [42];
- публикации СМИ о «Союзе женщин России» - [43];
- информации о членстве «Союза женщин России» в международных женских организациях - [44];
- фото- и видеоматериалы «Союза женщин России» - [45];
- журнал «Союз женщин России», выпуск № 1, ноябрь 2019 г. - [46].

Правообладатель в установленном порядке представил отзыв, а также дополнения к нему, основные доводы которых сведены к следующему:

- в отзыве приведены ссылки на действующее законодательство, практику Роспатента и суда и т.д.;
- правообладателем подана просьба о сокращении перечня товаров и услуг (внесение изменений в Госреестр);
- согласно положениям статьи 1225 и пункту 1 статьи 1474 Кодекса исключительное право на фирменное наименование как на объект интеллектуальных прав может принадлежать только юридическим лицам, являющимся коммерческими организациями. Наименование некоммерческой организации не является объектом интеллектуальной собственности по смыслу части четвертой Кодекса;

- вероятность смешения товарного знака с наименованием некоммерческой организации не влечет признание предоставления правовой охраны товарному знаку недействительным на основании пункта 8 статьи 1483 Кодекса;
- положения пункта 8 статьи 1483 Кодекса применяются только в случаях наличия у лица, подавшего возражение, исключительного права на фирменное наименование коммерческой организации. В подтверждение данного довода правообладателем приведена практика Суда по интеллектуальным правам (дела №№ СИП-310/2014, СИП-1014/2020 и т.д.);
- в данной ситуации нельзя говорить о наличии заинтересованности лица, подавшего возражение, в части оспаривания товарного знака по фирменному наименованию из-за отсутствия возможности сослаться на нарушение пункта 8 статьи 1483 Кодекса;
- оценивая представленные с возражением доказательства, правообладатель полагает, что лицом, подавшим возражение, не доказано наличие у него исключительного права на коммерческое обозначение;
- представленные документы не содержат сведений о том, какую деятельность осуществляет предприятие для получения дохода, какое для этого имеется оборудование, инвентарь, сырье, продукция; не представлено документов, свидетельствующих о получении прибыли от такой деятельности;
- некоммерческие организации могут быть обладателями права на коммерческое обозначение, если они могут осуществлять приносящую доход деятельность в соответствии с их уставами (пункт 4 статьи 50, пункт 1 статьи 1538 Кодекса, пункт 177 ПП ВС). Таким образом, следует отличать предприятие, которым может владеть общественно-государственная организация при условии наличия такого положения в уставе, от деятельности самой общественно-государственной организации;
- представленные в возражении документы не содержат сведений о том, какую деятельность осуществляет предприятие для получения дохода, какое для этого имеется оборудование, инвентарь, сырье, продукция;
- акт творческого объединения женщин - художников «Ирида» не имеет отношение к лицу, подавшему возражение, поскольку касается иной организации;

- часть документов не содержит подписей, датированы позже даты приоритета оспариваемого товарного знака;
- размещение данной эмблемы на сайте лица подавшего возражения, не свидетельствуют о наличии предприятия и известности обозначения, используемого для индивидуализации данного предприятия на определенной территории;
- деятельность по издательству журнала не подтверждена фактическими данными;
- в возражении не представлено сведений о предпринимательской деятельности региональных отделений, о получении дохода и об известности в субъектах спорного обозначения, в качестве используемого для индивидуализации конкретного предприятия;
- внутренние документы организации нельзя признать достаточными для возникновения права на коммерческое обозначение;
- само по себе обозначение «Женщины России» не противоречит общественным интересам, отвечает требованиям охраноспособности;
- сведения о создании общественной организации в 1941 году не соответствует представленным документам, поскольку согласно выписке из ЕГРЮЛ некоммерческая организация зарегистрирована 04.04.1997, документов о правопреемственности не представлено;
- движение «Женщины России» - это иное лицо, деятельность которого не относится к деятельности лица, подавшего возражение;
- доказательств того, что обозначение «Женщины России» ассоциировалось у потребителей соответствующих товаров и услуг с указанным общественным движением «Женщины России» на дату приоритета не имеется;
- представленных сведений и доказательств недостаточно для утверждения о наличии ассоциативных связей между обозначением «Женщины России» и «Союзом женщин России» в отношении товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, которые бы возникли и сохранились до настоящего момента;
- правообладатель активно использовал оспариваемый товарный знак, как до даты его приоритета, так и после его регистрации;

- фонд правообладателя был учреждён 14.10.2020. С момента регистрации фонда и по настоящее время, правообладатель принимает активное участие в различных мероприятиях (благотворительные выставки, акции, круглые столы, деловые форумы и т.д.), в том числе в качестве организатора/соорганизатора;
- правообладателем 14.08.2020 зарегистрировано в качестве СМИ периодическое информационное издание «ГОРДОСТЬ НАЦИИ». Журнал выпускается тиражом 1 500 экземпляров 6 раз в год. Тематика журнала: государство и политика, бизнес, культурные и духовные ценности, патриотизм. Каждый выпуск журнала маркирован обозначением «Женщины России»;
- правообладатель принимает активное участие в финансировании и продюсировании производства и проката российских телевизионных и кинофильмов;
- за активную благотворительную деятельность фонда у правообладателя имеются различные письма и благодарности;
- правообладатель начал сбор средств на помощь семьям погибших участников спецоперации. Помощь освободителям и жителям Донбасса является особозначимым;
- за короткое время благодаря активной общественной и благотворительной деятельности правообладатель приобрёл признание и известность среди потребителей товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, ввиду чего у потребителя возникла стойкая ассоциативная связь между товарным знаком и правообладателем. Соответственно, ассоциации, которые могут возникнуть у потребителя при восприятии оспариваемого товарного знака, соответствуют действительности;
- действующими нормативными актами не предусмотрена необходимость предоставления согласия на включение в состав слов и словосочетаний, образованных на основании названий государств, в том числе «Россия», «Российская Федерация». Норма пункта 2 статьи 1483 Кодекса является отсылочной, а положение статьи 1231.1 Кодекса не ставит под запрет использование слова «Россия» и производные от него;

- оспариваемый товарный знак носит уточняющий характер - не женщины всего мира или других стран, а только женщины России. В данном контексте, слово «Россия» не указывает на место производства товара или оказания услуг;
- правообладателем приведена практика по регистрации товарных знаков, включающих элемент «Россия»;
- оспариваемый товарный знак не содержит элементов, способных ассоциироваться с государственными органами;
- довод возражения о том, что потребитель может прийти к умозаключению, что товар или услуга на которых размещен данный товарный знак - это выбор всех женщин Российской Федерации, является неправомерным. Лицо, подавшее возражение, необоснованно отождествляет средство индивидуализации и потребителей товаров и услуг;
- представленные материалы не доказывают наличие у лица, подавшего возражение, исключительного права на коммерческое обозначение, при этом все необходимые условия для установления этого факта не соблюдены;
- в возражении представлены документы в совокупности с 90-х до 2022 гг. включительно;
- в возражении не конкретизировано предприятие, для индивидуализации которого заявлено право на коммерческое обозначение, и не указана дата начала его использования, то есть дата возникновения исключительного права на коммерческое обозначение;
- при оценке представленных документов относимыми доказательствами, влияющими на выводы о наличии исключительного права на коммерческое обозначение, являются документы, датированные с 01.01.2008 по 08.06.2021 гг. Из доказательной базы подлежат исключению документы, датированные за пределами указанного срока;
- из документов не усматривается, что велась производственная деятельность, и для индивидуализации какого предприятия использовалось обозначение «Союз женщин России». Из акта-передачи приемки нет возможности установить, какое

оборудование передавалось, а также не указано лицо, передающее оборудование и организация, принимающая его;

- правообладатель не отрицает, что учредителем печатного журнала «Союз женщин России» является лицо, подавшее возражение. Однако, данные документы подтверждают деятельность общественной организации, но не свидетельствуют о наличии у лица, подавшего возражение, предприятия (имущественного комплекса), осуществляющего предпринимательскую деятельность в интересах третьих лиц в части услуг по изготовлению рекламно-полиграфической продукции, печати журнала, его дизайн, вёрстку и т.д.;

- часть документов касается того, что лицо, подавшее возражение, является заказчиком услуг, а не их исполнителем;

- не доказана предпринимательская деятельность в создании телепередач/фильмов, потому что отсутствуют документы, свидетельствующие об известности на определённой территории предприятия лица, подавшего возражение;

- из представленных данных по денежным средствам не очевидно, за какие услуги (товары) произведены платежи;

- сведения о деятельности региональных отделений не являются относимыми доказательствами, поскольку они являются самостоятельными юридическими лицами со своими ИНН, ОГРН, юридическими адресами, отличными от адреса лица, подавшего возражение. Документы не раскрывают предпринимательскую деятельность, приносящую доход;

- что касается сувенирной продукции, то она используется для продвижения и рекламы деятельности лица, подавшего возражение, как общественной организации, а не предприятия;

- представленные фото здания и музея недостаточны для вывода о ведении предпринимательской деятельности;

- в материалах возражения не определена территория, на которой лицо, подавшее возражение доказывает известность спорного обозначения «Союз женщин России» как предприятия; не указаны виды предпринимательской деятельности; отсутствуют




доказательства известности коммерческого предприятия и установки соответствующей вывески с подтверждением даты ее установки;

- способность введения потребителей в заблуждение не доказана, при этом довод о способности вводить потребителей в заблуждение не носит доказанного характера;

- противоречие общественным интересам оспариваемого товарного знака лицо, подавшее возражение, указало в возражении только в отношении части товаров. По смыслу приведенных норм права при принятии решения по рассмотрению возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку административный орган связан доводами, содержащимися в возражении, и не может выйти за их пределы. Как неоднократно отмечал Суд по интеллектуальным правам, основания оспаривания зарегистрированного товарного знака не могут быть учтены Роспатентом по собственной инициативе без поданного по соответствующему основанию возражения заинтересованного лица (решения по делам: №№ СИП-851/2021, СИП-3/2022, СИП-1089/2021);

- условие охраноспособности «противоречие общественным интересам» относится к абсолютным основаниям, когда общественным интересам противоречит само обозначение, а не его регистрация на имя конкретного лица. Обозначение «Женщины России» вызывает положительные эмоции, связанные с прекрасной половиной человечества, и не относится к противоречащим общественным интересам. Обоснование, что женщины представляют широкий круг населения, не относится ни к одному из случаев противоречащих общественным интересам. Обозначение «Женщины России» признавалось охраноспособным дважды: по настоящей заявке, а также ранее по свидетельству № 613707 с приоритетом 22.08.2014. Нельзя подменять понятие «товарный знак» как средство индивидуализации с адресной группой потребителей. По заявке № 2022706537 лица,

подавшего возражение, зарегистрирован товарный знак  с приоритетом от 29.03.2022 в отношении товаров и услуг 16, 35, 41, 45 классов МКТУ и экспертиза не учитывала оспариваемый товарный знак. В связи с чем, поскольку отсутствует сходство словосочетаний «Союз женщин России» и «Женщины России» в

отношении однородных товаров, у лица, подавшего возражение, нет заинтересованности в подаче настоящего возражения.

В подтверждение своих доводов правообладателем представлены следующие документы:

- сведения об участии правообладателя в мероприятиях - [47];
- скриншоты с сайта <http://gordostnatsii.ru/> - [48];
- сведения о поддержке правообладателем производства кино- и телефильмов - [49];
- благодарственные письма - [50];
- сведения о деятельности фонда по поддержке участников СОВ - [51];
- практика Суда по интеллектуальным правам - [52];
- распечатки судебных актов (постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.06.2022 г. по делу № СИП-851/2021, постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.07.2022 г., по делу № СИП-3/2022, решение Суда по интеллектуальным правам от 05.10.2022 г. по делу № СИП-1089/2021) - [53].

По результатам рассмотрения данного возражения Роспатентом было принято решение от 29.12.2022 об удовлетворении возражения, поступившего 22.07.2022, и признании недействительным правовой охраны товарного знака по свидетельству № 873668 полностью. Не согласившись с этим решением, лицо, подавшее возражение, обратилось в Суд по интеллектуальным правам.

Согласно решению Суда по интеллектуальным правам (далее - Суд) от 28 июня 2023 года по делу № СИП-266/2023 заявление правообладателя о признании недействительным решения Роспатента от 29.12.2022, принятого по результатам рассмотрения поступившего 22.07.2022 возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству Российской Федерации № 873668, оставлено без удовлетворения.

Постановлением Суда от 29 января 2024 года кассационной инстанции по делу № СИП-266/2023 было признано недействительным решение Роспатента от 29 декабря 2022 года, которым была признана недействительной правовая охрана товарного знака «Женщины России» по свидетельству № 873668, отменено. При этом суд указанным постановлением обязал Роспатент повторно рассмотреть

возражение общероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России» против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 873668.

От лица, подавшего возражение, поступили пояснения, основные доводы которых сводятся к следующему:

- исходя из судебного акта по делу № СИП-266/2023 часть доводов возражения (данные по численности женщины России как социально-демографической группы, участи женщин в общественной и экономической жизни страны и т.д.) соотносятся с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса (цитирование нормы приведено);
- в дополнениях приводятся данные о семантическом значении оспариваемого знака и данные о доле занятых женщин по общей численности занятого населения, о доле женщин как субъектов предпринимательства, о женщинах, занимающих руководящие должности и т.д.;
- оспариваемый знак представляет собой собирательное понятие (общепринятое наименование), которое указывает на конкретную демографическую группу населения, представляющих собой всех российских женщин любого статуса, возраста и профессии (сведения о статистике приведены) и т.п.;
- любой товар или услуга, индивидуализированный спорным товарным знаком, может сформировать мнение обычного потребителя этого товара или услуги, о том, что именно женщины России, как социально-демографическая группа Российской Федерации, являются изготовителем товара, лицом, оказывающем услуги;
- входящий в состав оспариваемого товарного знака словесный элемент «Женщины России» в силу своего семантического значения не обладает различительной способностью, является неохраняемым элементом в отношении всех заявленных товаров 16 и услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ;
- словесный оспариваемый товарный знак «Женщины России» указывает на назначение, место производства (оказания) или сбыта, на географическое происхождение заявленных товаров 16 и услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ;
- оспариваемый товарный знак указывает на изготовителя товаров и/или лицо, оказывающее услуги, в случае, если товары 16 класса МКТУ изготовлены, а услуги

35, 36, 41, 45 классов МКТУ оказаны лицом, не являющимся гражданином Российской Федерации или являющимся лицом мужского пола, то потребитель, несомненно, будет введен в заблуждение относительно изготовителя товара/лица оказывающего услуги;

- принимая во внимание, что одно из семантических значений слова женщина - это мать (см. толковый словарь Ожегова), потребители могут воспринимать часть товаров и услуг 16, 35, 41 и 45 классов МКТУ, индивидуализированные обозначением «Женщины России», как товары, соответствующие требованиям безопасности, предъявляемым к товарам/услугам, предназначенным для детей;

- репутация всех российских женщин находится в прямой зависимости от действий правообладателя оспариваемого товарного знака «Женщины России» - Фонда поддержки национальной женской премии;

- если оспариваемые товары будут ненадлежащего качества, в сознании потребителя такого товара или услуги сформируются негативные ассоциации, связанные не только с оспариваемым товарным знаком (брендом) «Женщины России» и его правообладателем, но и с самими женщинами России - гражданами Российской Федерации женского пола;

- репутация всех российских женщин находится в прямой зависимости от действий правообладателя;

- оспариваемый знак вследствие использования разными лицами в названиях организаций аналогичных видов деятельности и различных общественных объединений, различных юридических лиц словосочетаний «ЖЕНЩИНЫ РОССИИ» / «ЖЕНЩИН РОССИИ» не способен выступать в качестве средства индивидуализации товаров и услуг и выполнять функцию товарного знака (список различных организаций приведен);

- в структуре «Союза женщин России» осуществляли свою деятельность 85 региональных отделений, расположенных во всех субъектах Российской Федерации;

- товары и услуги производятся и оказываются исключительно или главным образом российскими женщинами;

- словосочетание «ЖЕНЩИНЫ РОССИИ» представляет собой описательную характеристику;
- предоставление права только одному лицу на оспариваемый товарный знак ограничивает других лиц в праве использования;
- лицо, подавшее возражение, является заинтересованным лицом в подаче настоящего возражения по основанию, предусмотренному пунктом 1 статьи 1483 Кодекса;
- лицо, подавшее возражение, является учредителем одноименного социального проекта в виде Интернет-портала «Женщины России» (сайт <https://womenofrussia.online>). Задачи проекта – проведение просветительных и образовательных вебинаров, семинаров, лекций, подборка статей и публикаций, предоставление юридических и психологических консультаций, создание передач и выпуск подкастов, повышение общественного статуса женщин и их роли в стране. Государство активно поддерживает деятельность Интернет-портала «Женщины России» (приведены постановление Правительства РФ от 19.02.2022 № 220, Приказ Министерства финансов России от 01.06.2023 № 80н, данные о субсидии и т.д.). Заинтересованность в подаче возражения обусловлена тем, что вследствие регистрации оспариваемого знака «Союз женщин России» не сможет свободно использовать название созданного им и поддерживаемого на государственном уровне Интернет-портала «Женщины России» как общепринятого наименования части населения России и обозначения, в которое в силу смыслового значения прямо заложена характеристика сегмента населения – российских женщин, а также характеристика лиц, которые непосредственно вовлечены и участвуют в его деятельности;
- в качестве консультантов, юристов, педагогов и т.д. указаны в основном российские женщины;
- регистрация оспариваемого знака препятствует его свободному использованию применительно к деятельности Интернет-портала в отношении товаров 16 класса МКТУ, связанных с печатной продукцией, услуг 35 класса МКТУ, связанных с продвижением и рекламой, услуг 36 класса МКТУ, связанных с консультированием

в области финансов, недвижимости и страхования, услуг 41 класса МКТУ, связанных с мастер-классами, обучением и культурно-просветительскими мероприятиями, услуг 45 класса МКТУ, связанных с консультированием российских женщин;

- Интернет-портал «Женщины России» зарегистрирован в качестве электронного СМИ в соответствии с лицензией СМИ эл. № ФС77-87232 от 22.04.2024 г.;

- деятельность лица, подавшего возражение, через созданный им портал имеет высокую степень социальной и общественной значимости для России (уникальная история создания, статус общественно-государственной организации, включение в состав управления представителей федеральных органов исполнительной власти, широкие представительства в регионах России, сотрудничество с общественными объединениями и движениями);

- до даты приоритета в Правительстве РФ обсуждались вопросы финансирования Интернет-портала «Женщины России», что говорит о полномочиях в содействии осуществления государственной политики по защите прав и интересов российских женщин;

- регистрация оспариваемого товарного знака и параллельная деятельность по его использованию правообладателем, в частности, в отношении таких услуг 36 класса МКТУ, как *«сбор благотворительных средств; услуги резервных фондов; услуги сберегательных фондов; учреждение взаимфондов; финансирование»* вступает в противоречие с деятельностью соответствующих государственных органов исполнительной власти РФ, а именно, Минцифры России и Минфина России по финансированию и поддержке Союза женщин России, имеющего статус общественно-государственной организации, через Интернет-портал с одноименным названием «Женщины России», вследствие чего интересы российского общества и женщин России могут пострадать из-за деятельности правообладателя под оспариваемым товарным знаком, поскольку известность и репутация «Союза женщин России» посредством реализации его проекта «Интернет-портал «Женщины России» могут неправомерно использоваться правообладателем как для сбора и аккумуляции финансовых средств, так и для

их использования не в интересах российских женщин и российского общества в целом;

- предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку и его использование правообладателем в отношении следующих товаров и услуг 16, 36, 41, 45 классов МКТУ необходимо рассматривать как противоречащее общественным интересам, поскольку использование оспариваемого товарного знака способно формировать в сознании потребителей негативные ассоциации, связанные с такими товарами и услугами: 16 класса МКТУ *«бумага туалетная; кольца сигарные; ленты сигарные; мешки для мусора бумажные или пластмассовые; мешки пластиковые для уборки отходов домашних животных; подставки для пивных кружек; срезы биологические для исследования под микроскопом [материалы обучающие]; срезы гистологические для обучения»*, 36 класса МКТУ *«услуги по поручительству за условно освобожденных»*, 41 класса МКТУ *«игры азартные; предоставление услуг игровых залов; услуги казино [игры]»*, 45 класса МКТУ *«бальзамирование; бюро похоронные; кремация; проведение ритуальных церемоний; услуги карточных гадателей; услуги погребальные»*;

- предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку осуществлено с нарушением требований пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса, поскольку ограничивает свободное использование обозначения «Женщины России» заинтересованными лицами, включая лицо, подавшее возражение, в информационных целях при реализации общественно-значимых целей и задач, поставленных Правительством РФ в интересах российских женщин;

- законные интересы «Союза женщин России» по использованию обозначения «Женщины России» и производных от него форм затрагиваются по причине невозможности свободного использования обозначения «Женщины России» применительно к деятельности Интернет-портала «Женщины России», а также к деятельности Союза женщин России (даны ссылки на устав);

- деятельность Союза женщин России направлена на защиту базовых ценностей российского общества, основной задачей которой является защита прав и интересов российских женщин, что свидетельствует о наличии у Союза женщин России

заинтересованности в оспаривании предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку по основанию пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса;

- наличие исключительного права на оспариваемый товарный знак наносит ущерб правам и законным интересам российских женщин, в том числе в рамках социального проекта «Союза женщин России» - Интернет-портала «Женщины России».

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 873668 полностью в отношении всех товаров 16 и услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ на основании положений 1 статьи 1483 Кодекса и подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

- демографический ежегодник России 2021, опубликованный на Интернет-сайте Росстата <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/dem21.pdf> - [54];
- устав «Союза женщин России» - [55].

Правообладателем были представлены пояснения на вышеизложенные дополнения лица, подавшего возражение, основные доводы которых сводятся к следующему:

- на странице 14 судебного акта по делу № СИП-266/2023 указал, что доводы, которые фактически привел «Союз женщин России», относятся не к норме подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, а к положениям абзаца первого пункта 1 статьи 1483 этого Кодекса;
- административному органу надлежит рассмотреть возражение на соответствие указанной норме (утрата обозначением различительной способности) применительно к конкретным товарам и услугам, указанным в свидетельстве;
- на странице 16 постановления Суд указал, что заинтересованность следует устанавливать в каждом случае применительно к конкретным основаниям оспаривания предоставления правовой охраны товарному знаку и к тем мотивам, по которым подается возражение;



- возражение и дополнительные доводы не содержат относимых доказательств того, что оспариваемый товарный знак утратил различительную способность на дату приоритета;
- доводы возражения по пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса не согласуются с выводами судебного акта и указанием проверить неохраноспособность оспариваемого знака по иному основанию – утрата различительной способности;
- пункт 1 (3) статьи 1483 Кодекса и первый абзац пункта 1 статьи 1483 Кодекса имеют разную правовую природу и разную доказательную базу;
- в дополнении приведены ссылки на судебную практику и комментарии в отношении законодательства;
- заинтересованность лица, подавшего возражение, в его подаче по пункту 1 статьи 1483 Кодекса не доказана;
- оспариваемый товарный знак и товарный знак «Союз женщин России» лица, подавшего возражение, сосуществуют и при этом индивидуализируют деятельность некоммерческих организаций, направленных на общую цель – повышение статуса женщин в обществе, на пропаганду и популяризацию истинных человеческих ценностей, сохранение семейных традиций.

В комментариях лица, подавшего возражения, отмечается следующее. В анализируемом судебном акте указано, что фактически доводы возражения относятся не к пункту 3 (2) статьи 1483 Кодекса, а к положениям абзаца первого пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Доводы дополнения сводятся к тому, что соответствующее словосочетание должно быть свободно для использования любым лицом. Соответствие оспариваемого товарного знака пункту 1 статьи 1483 Кодекса должно быть всесторонне рассмотрено Роспатентом. В дополнениях также приведена различная практика по регистрации товарных знаков (например, свидетельства №№ 738058, 963384, 919640). Оспариваемый товарный знак полностью состоит из неохраноспособного словесного элемента.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 22.07.2022, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (08.06.2021) оспариваемого товарного знака по свидетельству № 873668, правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеупомянутые 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 (далее – Правила).

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

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

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с подпунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса 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 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные

буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

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.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты

социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

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

В соответствии с пунктом 2 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, которые относятся к объектам, не подлежащим правовой охране в соответствии со статьей 1231.1 настоящего Кодекса, или сходны с ними до степени смешения.

Согласно пункту 1 статьи 1231.1 Кодекса не предоставляется правовая охрана в качестве промышленного образца или средства индивидуализации объектам, включающим, воспроизводящим или имитирующим официальные символы, наименования и отличительные знаки либо их узнаваемые части:

- 1) государственные символы и знаки (флаги, гербы, ордена, денежные знаки и тому подобное);
- 2) сокращенные или полные наименования международных и межправительственных организаций, их флаги, гербы, другие символы и знаки;
- 3) официальные контрольные, гарантийные или пробирные клейма, печати, награды и другие знаки отличия.

Согласно пункту 2 статьи 1231.1 Кодекса указанные в пункте 1 настоящей статьи официальные символы, наименования и отличительные знаки, их узнаваемые части или имитации могут быть включены в промышленный образец или средство индивидуализации в качестве неохраняемого элемента, если на это имеется согласие

соответствующего компетентного государственного органа, органа международной или межправительственной организации.

В соответствии с пунктом 36 Правил на основании пункта 2 статьи 1483 Кодекса устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не подлежащим правовой охране в соответствии со статьей 1231.1 Кодекса, или сходным с ними до степени смешения.

В соответствии с пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с пунктом 37 Правил 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.

В соответствии с требованиями пункта 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Согласно пункту 1 статьи 1539 Кодекса правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Согласно пункту 2 статьи 1540 Кодекса исключительное право на коммерческое обозначение прекращается, если правообладатель не использует его непрерывно в течение года.

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 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 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 Женщины России является словесным, выполнен стандартным шрифтом, буквами русского алфавита в одну строку, при этом первые буквы выполнены заглавными, остальные - строчные. Правовая охрана товарного знака действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

В судебном акте кассационной инстанции по делу № СИП-266/2023 от 29.01.2024 г. указано следующее. С точки зрения президиума Суда, те доводы, которые фактически приведены «Союзом женщин России», относятся не к норме пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса, а к положениям абзаца первого пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Доводы дополнения к возражению сводились к тому, что соответствующее словосочетание (как таковое, без дополнительных элементов) должно быть свободно для использования любыми лицами. При таких обстоятельствах Суд пришел к выводу, что, не оценив все приведенные «Союзом женщин России» в возражении и в дополнениях к нему аргументы против предоставления правовой охраны спорному товарному знаку исходя из той нормы права, к которой они фактически относятся, Роспатент допустил нарушение процедуры рассмотрения возражения, не рассмотрев по существу доводы о несоответствии данного товарного знака требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Согласно пункту 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку могут быть поданы заинтересованным лицом.



Законодательство не конкретизирует понятие «заинтересованное лицо», поэтому таковым может быть признано любое лицо, обосновавшее наличие фактического интереса в признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку. Заинтересованность следует устанавливать в каждом случае применительно к конкретным основаниям оспаривания предоставления правовой охраны товарному знаку и к тем мотивам, по которым подается возражение.

Анализ имеющихся в деле документов на предмет установления заинтересованности лица, подавшего возражение, в его подаче по основанию, предусмотренному пунктом 1 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Документы [1-46,54,55] касаются деятельности лица, подавшего возражение, (Общероссийская общественно-государственная организация «Союз женщин России») как общественной организации, специализирующейся на защите прав и интересов женщин. Согласно уставным документам [1,2,55] лицо, подавшее возражение, является некоммерческой корпоративной организацией. Материалы [6] касаются управления «Союза женщин России». В указе Президента РФ [3] обозначено, что основными направлениями деятельности «Союза женщин России» являются: защита прав и интересов женщин; повышение общественного статуса женщин и их роли в политической экономической и т.д. жизни страны, поддержка социальных инициатив и т.д. Письма Правительства РФ [10], сведения о международном сотрудничестве [11] касаются организации общественной деятельности лица, подавшего возражение. В публикациях СМИ о «Союзе женщин России», фото- и видеоматериалах, журнале за ноябрь 2019 г. [43,45,46] представлена общая информация о деятельности лица, подавшего возражения, в том числе до даты приоритета оспариваемого товарного знака. Так, в частности, из публикации от 11.10.2019 следует, что «Союз женщин России», созданный в ноябре 1990 года, является правопреемником Комитета советских женщин, с 1941 по 1956 год носящего название Антифашистский комитет советских женщин. За 50 лет своего существования Комитет выполнял очень важную миссию в деле объединения советских женщин и женщин зарубежных стран в борьбе за мир и безопасность, очень много сделал в области совершенствования законодательства и механизмов,

обеспечивающих улучшение положения женщин, семьи, детей. Приобретя новый статус, «Союз женщин России» продолжает полезный опыт, традиции, заложенные Комитетом. В статье также упоминаются основные национальные проекты социальной направленности, международное сотрудничество с женскими организациями приграничных территорий, посредничество в развитии женского предпринимательства и т.д.

В пункте 4.3 Устава [2] отмечено, что лицо, подавшее возражение, вправе осуществлять следующую деятельность: организовывать и проводить конференции, семинары, симпозиумы, фестивали, выставки, концерты и т.д.; для достижения целей и предмета деятельности, ради которых создан Союз, вправе осуществлять соответствующим этим целям предпринимательскую и иную приносящую доход деятельность в соответствии с Кодексом и другими законодательными актами, внешнеэкономическую деятельность, приобретать имущество, предназначенное для ведения предпринимательской деятельности; содействовать организации социального туризма; осуществлять деятельность в области образования, просвещения населения и т.д.

Согласно выписке из ЕГРН [4], указу Президента РФ [3] лицо, подавшее возражение, на правах собственности владеет нежилым зданием по адресу: г. Москва, Глинищевский переулок, д. 6. Охранно-арендные договоры [20] касаются нежилого здания по адресу: г. Москва, пер. Глинищевский, д. 6. Договор [21] касается предоставления земельного участка в пользование на условиях аренды. Материалы [24] представляют собой данные о штатной численности «Союза женщин России».

Материалы [5] касаются сведений о региональных отделениях общественных объединений, входящих на правах членов в «Союз женщин России», расположенных в Белгородской, Воронежской, Ивановской, Калужской, Липецкой, Московской, Тамбовской, Тверской, Ярославской областях и т.д., а также Москве, Республиках Адыгея, Крым, Калмыкия, Севастополе, Краснодарском крае, Челябинской области, Тюменской области, Алтайском крае, Иркутской области, Дагестане и т.д. Материалы [23] представляют собой акт приема-передачи оборудования (ноутбуков)

в региональные отделения «Союза женщин России» от 26.11.2019 г. В соответствии с актом приема-передачи рисунка «Союзу женщин России» [7] в 1993 году передан рисунок с согласия автора в дар для использования в качестве официальной эмблемы. Сведения о политическом движении «Женщины России» [8] представлены за периоды 1995 и 1999 гг. Интернет-ресурс «Союза женщин России» [9] зарегистрирован 24.04.2020 за номером свидетельства ЭЛ № ФС 77-78338 с адресом редакции: г. Москва, Глинищевский переулок, д. 6. Сведения [26] касаются лицензии печатного СМИ ПИ № ФС 77 - 79604, журнала «Союз женщин России».

Также в материалы дела представлены данные Интернет-ресурсов [12-19], инвентаризационная опись по состоянию на 31.12.2021 г. [22], журнал [35] «Союз женщин России» за сентябрь 2021 г., договор в отношении сувенирной продукции [39], платежные поручения [40], выписка [41], часть публикаций в СМИ [43]. В распечатке с сайта izi.TRAVEL [25] представлен перечень экспонатов «Музея Союза женщин России». Из договоров, платежных поручений, приложений, банковских документов [27-34] усматривается изготовление рекламно-полиграфической продукции, журнала и иной продукции (блокноты, флаги, визитки, календари и т.п.). Материалы [36] касаются договора и иных документов к нему на администрирование сайта за 2020 год. Материалы о СМИ [37] касаются телепрограммы «Женский вопрос».

Документы [38] касаются доходов и расходов «Союза женщин России» за период 2020-2022 гг. и не содержат исчерпывающих сведений о товарах, либо услугах, производимых и оказываемых в интересах третьих лиц. Платежная документация [40] касается сувенирной продукции для организации деятельности лица, подавшего возражение (например, «платки с бахромой, панамы, ветровки, значки» и т.д.). Материалы [44] касаются информации о членстве «Союза женщин России» в международных женских организациях.

Анализ имеющихся в деле документов показал, что деятельность лица, подавшего возражение, а также его региональных филиалов касается его функционирования как общественной организации и с учетом анализа имеющихся в деле документов коллегия

усматривает заинтересованность в подаче настоящего возражения в отношении следующих товаров и услуг:

- товаров 16 класса МКТУ «бумага, картон; печатная продукция; материалы для переплетных работ; фотоснимки; писчебумажные товары, офисные принадлежности, за исключением мебели; клейкие вещества для канцелярских и бытовых целей; принадлежности для художников и материалы для рисования; кисти; учебные материалы и наглядные пособия; авторучки; акварели [краски, школьные принадлежности]; альбомы; альманахи; атласы; афиши; плакаты; баннеры бумажные; банты бумажные; белье столовое бумажное; билеты; бланки; бланки уведомлений [канцелярские товары]; блокноты; блокноты [канцелярские товары]; блокноты для рисования, черчения; блокноты с отрывными листами; браслеты для удерживания письменных принадлежностей; брошюры; буклеты; бумага в листах [канцелярские товары]; бумага воощеная; бумага для регистрирующих устройств; бумага из древесной массы; бумага копировальная [канцелярские товары]; бумага офисная; бумага почтовая; бумага светящаяся; бумага; бюллетени информационные; вывески бумажные или картонные; вымпелы бумажные; газеты; грифели; грифели для карандашей; держатели для документов [канцелярские принадлежности]; держатели для карандашей; держатели для штампов [печатей]; держатели страниц; диаграммы; дорожки настольные из бумаги; журналы [издания периодические]; доски, щиты для объявлений бумажные или картонные; зажимы для каталожных карточек; зажимы для ручек; закладки для книг; издания периодические; издания печатные; измельчители для бумаг для офисных целей; изображения графические; календари; карандаши; карандаши автоматические; карандаши угольные; картинки; картинки переводные; картины [рисунки] обрамленные или необрамленные; картон из древесной массы [канцелярские товары]; картон; картотеки [конторские принадлежности]; карточки; карточки каталожные [канцелярские товары]; каталоги; кисточки для письма; книги; книжки квитанционные [канцелярские товары]; книжки-комиксы; кнопки канцелярские; конверты [канцелярские товары]; коробки для штемпелей [печатей]; коробки с красками [школьные принадлежности]; корректоры жидкие [конторские принадлежности]; купоны печатные; лекала [канцелярские принадлежности]; ленты бумажные; ленты липкие для канцелярских или бытовых целей; ленты самоклеящиеся канцелярские или бытовые; листовки; флаеры; литеры стальные; литеры типографские [цифровые и буквенные]; литографии; лотки для красок; макеты архитектурные; марки почтовые; ленты клейкие [канцелярские товары]; ленты клейкие для канцелярских или бытовых целей; ленты корректирующие [конторские принадлежности]; ленты красящие; материалы графические печатные; материалы для обучения [за исключением приборов]; материалы канцелярские для запечатывания; материалы клеящие [клеи] канцелярские или бытовые; материалы набивочные из

бумаги или картона; материалы переплетные; маты на стол бумажные; машины адресные; машины для точки карандашей электрические или неэлектрические; машины и устройства переплетные [офисное оборудование]; машины пишущие электрические или неэлектрические; машины фальцевальные [канцелярские товары]; машины франкировальные офисные; мел для письма; мел для разметки; мел-спрей; наборы типографские портативные [офисные принадлежности]; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; напальчники [офисные принадлежности]; несесеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; нитки для переплетных работ; ножи для разрезания бумаги [офисные принадлежности]; ноты печатные; нумераторы; обложки [канцелярские товары]; обложки для паспортов; образцы почерков; олеографии; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; палочки для письма тушью; папки для документов; пастели [карандаши]; пеналы; перочистки; перфораторы конторские; перья для письма [офисные принадлежности]; перья золотые; перья писчие; перья стальные; песенники; печати [канцелярские товары]; печати для сургуча; планшеты с зажимом; пластинки с адресами для адресных машин; подложки-коврики рабочего стола; подносы для корреспонденции; подносы для сортировки и подсчета денег; подставки для графинов бумажные; подставки для книг; подставки для печатей, штемпелей, штампов; подставки для ручек и карандашей; подставки для фотографий; подушечки для стирания; подушечки чернильные; подушечки штемпельные; полосы клейкие для скрепления переплетов [переплетное дело]; полотно для нанесения краски в машинах для репродуцирования документов; полотно для нанесения краски в множительных аппаратах; полотно для переплетных работ; полотно клейкое для канцелярских целей; полотно офсетное нетекстильное; портреты; пресс-папье; приборы письменные; приборы чернильные; принадлежности конторские, за исключением мебели; принадлежности письменные; принадлежности пишущие; принадлежности школьные [канцелярские товары]; приспособления для подачи клейкой ленты [офисные принадлежности]; расписания печатные; регистры; реглеты типографские; реестры; резинки для стирания; резинки офисные; проспекты; репродукции графические; ручки перьевые; ручки-маркеры [канцелярские принадлежности]; скобы канцелярские; скоросшиватели [канцелярские принадлежности]; скребки офисные [принадлежности для подчистки текста]; скрепки для бумаги; скрепки канцелярские; средства для стирания; срезы биологические для исследования под микроскопом [материалы обучающие]; срезы гистологические для обучения; стерки для доски; столы наборные [печатное дело]; сургуч; табло из бумаги или картона для объявлений; тетради; ткани для переплетных работ; товары писчебумажные; точилки для карандашей электрические или неэлектрические; транспаранты [канцелярские товары]; тушь; увлажнители [офисные принадлежности]; увлажнители для поверхностей [офисные принадлежности]; устройства для запечатывания конвертов конторские; устройства для

запечатывания конторские; устройства для наклеивания фотографий; устройства для скрепления скобами [конторские принадлежности]; учебники [пособия]; флаги бумажные; фотогравюры; фотографии [отпечатанные]; цифры [литеры типографские]; чернила для исправлений [гелиография]; чернила; чернильницы; шарики для шариковых ручек; шкафчики для канцелярских принадлежностей [офисное оборудование]; шрифты типографские; штампы с адресами; штемпели [печати]; эмблемы [клейма бумажные]; эстампы [гравюры]», представляющих собой различную печатную продукцию, канцелярские товары, бумагу, письменные принадлежности;

- в отношении всех услуг 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; 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; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по связям с общественностью в рамках коммуникационной стратегии; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; макетирование рекламы; маркетинг; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; 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; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой

информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; 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; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; реклама наружная; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; реклама телевизионная; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; 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 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 потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги манекеничиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги PPC; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая», представляющих собой услуги рекламы и

продвижения, реализации, бизнес-услуги, услуги администрирования, офисные услуги, бухгалтерские услуги;

- в отношении части услуг 36 класса МКТУ «аренда коворкинг-офисов; аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; инвестирование; информация финансовая; консультации по вопросам финансов; консультирование по вопросам задолженности; организация сбора денег и подписей; поручительство; размещение фондов; сбор благотворительных средств; спонсорство финансовое; управление финансовое выплатами возмещений для третьих лиц; услуги актуариев; услуги по выплате пенсий; услуги по поручительству за условно освобожденных; услуги попечительские; услуги резервных фондов; услуги сберегательных фондов; учреждение взаимфондов», способных относиться к деятельности общественных организаций;

- услуг 41 класса МКТУ «воспитание; образование; развлечения; организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий; агентства по предоставлению моделей для художников; академии [обучение]; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; воспитание физическое; выпуск музыкальной продукции; дискотеки; дрессировка животных; дублирование; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; киностудии; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; клубы-кафе ночные [развлечение]; макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиoproграмм; написание теле- и киносценариев; обеспечение интерактивное игрой через компьютерную сеть; обеспечение интерактивными электронными публикациями незагружаемыми; образование религиозное; обучение айкидо; обучение гимнастике; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация балов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация лотерей; организация показов мод в развлекательных целях; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; парки аттракционов; перевод с языка жестов; передачи развлекательные телевизионные; передвижные библиотеки; переподготовка профессиональная; предоставление



видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; представления цирковых спектаклей; представления варьете; представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; проведение фитнес-классов; проведение экзаменов; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; развлечения гостей; редактирование текстов; садо [обучение японской чайной церемонии]; сады зоологические; служба новостей; составление программ встреч [развлечение]; сочинение музыки; субтитрование; тьюторинг; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги каллиграфов; услуги караоке; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги композиторов; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги оркестров; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; услуги спортивных лагерей; услуги студий записи; услуги устных переводчиков; учреждения дошкольные [воспитание]; фотографирование; фоторепортажи; хронометраж спортивных состязаний; школы-интернаты; шоу-программы», представляющих собой услуги в области образования, воспитания, развлечений;

- части услуг 45 класса МКТУ «услуги юридические; персональные и социальные услуги, оказываемые другим для удовлетворения потребностей индивидуальных лиц, включенные в 45 класс; исследования юридические; организация религиозных собраний; поиск пропавших людей; представление интересов в суде; присмотр за детьми; присмотр за домашними животными; проведение религиозных церемоний; редактирование личной корреспонденции; сбор информации о физических лицах; советы в духовной области; советы в области стиля личного гардероба; сопровождение в общественных местах [компаньоны]; управление делами по авторскому праву; управление юридическое лицензиями; услуги клубов по организации встреч или знакомств; услуги по внесудебному разрешению споров; услуги по выгулу собак; услуги по подготовке юридических документов; услуги по проживанию в доме в отсутствие хозяев; услуги по разрешению споров; услуги социальных сетей онлайн; услуги юридические, связанные с согласованием договоров для

*третьих лиц», представляющих собой отдельные виды юридических и социальных услуг.*

Вместе с тем, в отношении остальных оспариваемых товаров 16 класса МКТУ «*листы, пленка и мешки пластмассовые для упаковки и пакетирования; шрифты, клише типографские; аппараты для ламинирования документов офисные; аппараты множительные; банкноты; бумага для рентгеновских снимков; бумага для электрокардиографов; бумага для ящиков шкафов ароматизированная или неароматизированная; бумага пергаментная; бумага рисовая; бумага сюань для китайского рисования и каллиграфии; бумага туалетная; бумага упаковочная; бумага фильтровальная; бювары; валики для пишущих машин; валики малярные; верстатки наборные; воск для моделирования, за исключением используемого в стоматологии; выкройки для шитья; гальваностереотипы; гектографы; глина для лепки; глина полимерная для моделирования; глобусы; готовальни; гравюры; держатели для мела; держатели для чековых книжек; доски гравировальные; доски грифельные для письма; доски классные; доски наборные [полиграфия]; доски чертежные; дубликаторы; дыроколы [офисные принадлежности]; емкости для сливок бумажные; зажимы для денег; иглы гравировальные для офортов; иглы разметочные для черчения; импринтеры неэлектрические; инструменты для отделки под мрамор переплетных крышек; инструменты чертежные; калька бумажная; калька тканевая; кальки; камедь [клеи] для канцелярских или бытовых целей; камни литографские; камни чернильные [тушечницы]; картонки для шляп; карты географические; карты или ленты бумажные для записи программ для вычислительных машин; карты коллекционные, за исключением используемых для игр; карты перфорированные для жаккардовых ткацких станков; катушки для красящих лент; кашпо бумажные; кисти для рисования; кисти для художников; клавиши пишущих машин; клеи канцелярские или бытовые; клей рыбий для канцелярских или бытовых целей; клейковина [клей] для канцелярских или бытовых целей; клейстер крахмальный [клеящее вещество] для канцелярских или бытовых целей; клише типографские; кольца сигарные; ленты сигарные; коробки бумажные или картонные; лекала чертежные; ленты для пишущих машин; ленты красящие для принтеров; линейки квадратные чертежные; линейки чертежные; листы бумажные или пластиковые абсорбирующие для упаковки пищевых продуктов; листы бумажные или пластиковые для контроля влажности, используемые как материал для упаковки; листы вязкозные для упаковки; листы из восстановленной целлюлозы для упаковки; листы пузырчатые пластмассовые для упаковки или расфасовки; массы пластические для лепки; материалы для лепки; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; материалы упаковочные подкрахмаленные; материалы фильтровальные [бумажные]; мел для литографии; мел для портных; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; мешки для*

мусора бумажные или пластмассовые; мешки пластиковые для уборки отходов домашних животных; мольберты; муштабели для художников; нагрудники детские бумажные; обертки для бутылок бумажные или картонные; облатки для запечатывания; оболочки пластиковые эластичные для штабелирования; образцы вышивок [схемы]; офорты; пакетики бумажные; пакеты для приготовления пиццы в микроволновой печи; палитры для художников; пантографы [инструменты чертежные]; папье-маше; пасты для лепки; перья чертежные; платки носовые бумажные; пленки пластмассовые для упаковки; подставки для пивных кружек; полотенца для рук бумажные; принадлежности чертежные; приспособления для приклеивания этикеток ручные; произведения искусства литографические; рейсины чертежные; салфетки бумажные для снятия макияжа; салфетки косметические бумажные; салфетки под столовые приборы бумажные; салфетки столовые бумажные; скатерти бумажные; стеатит [мел портновский]; таблицы вычислительные; трафареты для рисования; тубусы картонные; угольники чертежные; указки неэлектронные; упаковки для бутылок бумажные или картонные; устройства для изготовления виньеток; фигурки [статуэтки] из папье-маше; фильтры бумажные для кофе; фольга; формы для моделирования из глины [материалы для художников]; футляры для трафаретов; холсты для картин; хромолитографии; циркули чертежные; чашечки для разведения акварельных красок для художников; чертежи [синьки]; шаблоны; шаблоны для стирания; этикетки из бумаги или картона», иной части услуг 36 класса МКТУ «страхование; финансовая деятельность; кредитно-денежные операции; операции с недвижимостью; агентства кредитные; агентства по взысканию долгов; агентства по операциям с недвижимым имуществом; анализ финансовый; аренда квартир; аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; аренда финансовая; банки сберегательные; бюро квартирные [недвижимость]; взыскание арендной платы; выпуск дорожных чеков; выпуск кредитных карточек; выпуск ценных бумаг; информация по вопросам страхования; клиринг; консультации по вопросам страхования; котировки биржевые; кредитование под залог; ликвидация торгово-промышленной деятельности [финансовые услуги]; маклерство; менеджмент финансовый; обмен денег; обслуживание банковское дистанционное; обслуживание по дебетовым карточкам; обслуживание по кредитным карточкам; операции факторные; организация финансирования строительных проектов; оценка антиквариата; оценка драгоценностей; оценка леса на корню финансовая; оценка марок; оценка недвижимого имущества; оценка предметов нумизматики; оценка произведений искусства; оценка шерсти финансовая; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; оценки финансовые стоимости ремонта; перевод денежных средств в системе электронных расчетов; посредничество биржевое; посредничество при операциях с недвижимостью; посредничество при реализации углеродных кредитов; посредничество при страховании;

предоставление скидок через клубные карты для третьих лиц; предоставление ссуд [финансирование]; предоставление ссуд под залог; предоставление финансовой информации через веб-сайты; проверка подлинности чеков; сделки посреднические с акциями и облигациями; ссуды ипотечные; ссуды с погашением в рассрочку; страхование жизни; страхование от болезней; страхование от несчастных случаев; страхование от несчастных случаев на море; страхование от пожаров; управление жилым фондом; управление недвижимостью; услуги банковские; услуги брокерские; услуги финансовые таможенных брокеров; финансирование; хранение в сейфах; хранение ценностей; экспертиза налоговая», представляющих собой отдельные виды услуг в области финансов, недвижимости и страхования, хранения ценностей, оценочных услуг, другой части услуг 41 класса МКТУ «аренда комнатных аквариумов; аренда произведений искусства; аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; услуги казино [игры]; игры азартные; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомagneтофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования для игр; прокат оборудования стадионов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; прокат театральных декораций», представляющих собой отдельные виды аренды и проката, а также азартных игр, другой части услуг 45 класса МКТУ «агентства брачные; агентства детективные; агентства по организации ночной охраны; агентства по усыновлению детей; арбитраж; аренда доменных имен в сети Интернет; аренда сейфов; бальзамирование; бюро похоронные; возвращение найденных предметов; выпуск голубей на особых событиях; досмотр багажа; исследования генеалогические; службы безопасности для физической защиты материальных ценностей и индивидуальных лиц; консультации по вопросам интеллектуальной собственности; консультации по вопросам физической охраны; контроль в области интеллектуальной собственности для юридических лиц; контроль систем охранной сигнализации; кремация; лицензирование интеллектуальной собственности; лицензирование программного обеспечения [услуги юридические]; открывание замков с секретом; планирование и организация свадебных церемоний; помощь в надевании кимоно; проведение ритуальных церемоний; проверка состояния безопасности предприятий; прокат вечерней одежды; прокат огнетушителей; прокат одежды; прокат сигнализаторов пожара; регистрация доменных имен [услуги юридические]; служба пожарная; советы астрологов; составление гороскопов; услуги карточных гадателей; услуги охраны; услуги по определению местоположения украденного; услуги погребальные; услуги телохранителей»

заинтересованность лица, подавшего возражение, в его подаче не прослеживается. При этом не представляется возможным определить, осуществлялось ли производство, реализация, вышеуказанных исследуемых товаров и услуг в интересах третьих лиц с использованием исследуемого обозначения. В возражении не представлено каких-либо материалов, которые могли бы свидетельствовать о том, что лицо, подавшее возражение, до даты подачи возражения являлось производителем вышеуказанных товаров и оказывало в интересах третьих лиц вышеуказанные услуги, либо о том, что данное лицо имеет серьезное намерение использовать сходное обозначение в рассматриваемой сфере деятельности.

Указанные обстоятельства по своей совокупности свидетельствуют о том, что заинтересованность лица, подавшего возражение, в его подаче по основанию, предусмотренному пунктом 1 статьи 1483 Кодекса, доказана лишь в части оспариваемых товаров и услуг, указанных выше.

Необходимо указать, что Постановлением Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 14503/10 от 01.03.2011 определено, что, исследовав доказательства, представленные в обоснование заинтересованности, и установив ее отсутствие, Роспатент вправе отказать в прекращении правовой охраны знака.

Анализ оспариваемого знака по свидетельству № 873668 на предмет его соответствия / несоответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Из материалов дела не усматривается, что обозначение «ЖЕНЩИНЫ РОССИИ» использовалось длительное время в качестве средства индивидуализации оспариваемых товаров и услуг многими независимыми лицами до даты приоритета оспариваемого товарного знака. Так, какие-либо сведения о производстве и реализации товаров 16, оказании услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ в интересах третьих лиц, в отношении которых доказана заинтересованность в подаче настоящего возражения, их объемах, рекламе, длительности использования разными независимыми лицами в возражении не представлено.

Довод об использовании обозначения «ЖЕНЩИНЫ РОССИИ» разными лицами в названиях различных юридических лиц, общественных объединений, а

также в названии региональных отделений лица, подавшего возражение, не свидетельствует об утрате различительной способности оспариваемого товарного знака на дату приоритета без отсутствия иных фактических доказательств.

Следовательно, не представляется возможным прийти к выводу о том, что обозначение «Женщины России» потеряло индивидуализирующую способность в отношении оспариваемых товаров и услуг, то есть утратило различительную способность в результате длительного использования разными независимыми лицами (в том числе, в рекламе и в средствах массовой информации).

Оспариваемый товарный знак, в том виде, как он зарегистрирован, представляет собой фантазийное обозначение «Женщины России», представляющее обширное понятие взрослых людей женского пола, проживающих на территории России. Представляется нереальным, что производители, либо потребители при указании/оценке характеристик оспариваемых товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ будут в обязательном порядке воспринимать оспариваемый товарный знак как прямое указание на их назначение (например, что, они только для российских женщин), вид, либо происхождение / изготовителя. Таким образом, оспариваемый знак не имеет прямой описательной характеристики в отношении товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, и при его анализе потребуются домысливания и ассоциации.

Довод об указании на конкретную демографическую группу населения является абстрактным и неочевидным, поскольку неясно, о каких именно российских женщинах в данном случае идет речь (возраст и т.п.).

Данные демографического ежегодника России [54] не могут быть положены в основу выводов коллегии о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отсутствие иных фактических доказательств.

В связи с изложенным, у коллегии нет оснований считать, что оспариваемый товарный знак, в том виде, как он зарегистрирован, не обладает различительной способностью в результате использования разными лицами, а также характеризует

оспариваемые товары 16, услуги 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, указывая на их назначение, вид, место производства / сбыта, происхождение.

Таким образом, у коллегии нет оснований считать, что оспариваемый товарный знак по свидетельству № 873668 не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Доводы о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 (2) статьи 1483 Кодекса были рассмотрены Судом и не подлежат повторному рассмотрению (правовой оценке). Как было установлено выше, при повторном рассмотрении данного возражения необходимо было оценить доводы и документы возражения на предмет противоречия оспариваемой регистрации товарного знака по свидетельству № 873668 требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Резюмируя изложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 22.07.2022, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 873668.**