

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
по результатам рассмотрения  возражения  заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 25.12.2024, поданное компанией «Adidas AG», Германия (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №689896, при этом установлено следующее.

**ladlasi**

Оспариваемый словесный товарный знак «ladlasi» по заявке №2018713543 с приоритетом от 05.04.2018 зарегистрирован 25.12.2018 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за №689896 в отношении товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя ООО «ШУЗФЭИР», Москва (далее - правообладатель).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 25.12.2023 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, указанная регистрация была произведена в нарушение требований пунктов 3, 6, 8 статьи 1483 Кодекса.

В доводах возражения, а также в дополнениях к нему, указывалось следующее:

- лицо, подавшее возражение, является немецкой транснациональной компанией по производству спортивной одежды, обуви и аксессуаров, выручка которой за 2019 год составила 23,640 млрд. евро;

- лицу, подавшему возражение, принадлежит серия товарных знаков по свидетельству №375198, международным регистрациям №№487580, 1037620, 498358, 588920, 469033, 566295, в том числе общеизвестный товарный знак по свидетельству №108, которые являются сходными с оспариваемым товарным знаком по свидетельству №689896 в отношении однородных товаров 25, 35 классов МКТУ;

- сходство обозначений обусловлено одинаковым буквенным составом словесных элементов в сравниваемых знаках, близким к тождеству, аналогичной последовательностью расположения букв в обозначениях, в связи с чем оспариваемый товарный знак воспринимается как имитация противопоставленных товарных знаков;

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, вызывает у потребителей ассоциации с их продукцией и непосредственно с самим лицом, подавшим возражение, что не соответствует действительности;

- следует обратить внимание на то, что товарные знаки лица, подавшего возражение, имеют высокую различительную способность, в силу их использования в Российской Федерации в течение длительного периода времени и за это время обрели высокую репутацию и вызывают устойчивую ассоциацию с правообладателем противопоставленных товарных знаков, поэтому оспариваемая регистрация не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса;

- право на фирменное наименование у лица, подавшего возражение, возникло гораздо раньше даты приоритета оспариваемого товарного знака, как минимум это следует исходя из более ранней даты приоритета противопоставленных товарных знаков;

- известность лица, подавшего возражение, обусловлена общедоступной информацией, в частности сведениями с веб-сайтов изданий «Коммерсантъ» и «Ведомости»;

- правообладатель товарных знаков является спонсором различных мероприятий, сведения о нем представлены в исследованиях «Любимые бренды россиян», на общедоступных сайтах в сети Интернет;

- оспариваемый товарный знак, с учетом высокой степени сходства с противопоставленными товарными знаками и с фирменным наименованием лица, подавшего возражение, может восприниматься как обозначение, ассоциирующееся с компанией «Adidas AG», и производимой ей продукцией;

- представленные результаты социологического исследования АО «ВЦИОМ» подтверждают мнение лица, подавшего возражение, о сходстве оспариваемого товарного и противопоставленных товарных знаков, о сходстве рассматриваемого товарного знака и фирменного наименования лица, подавшего возражение, о способности оспариваемого товарного знака ввести потребителя в заблуждение в отношении производителя товаров/компании, оказывающей услуги.

На основании вышеизложенного, лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №689896 недействительным полностью.

В подтверждение изложенных доводов к возражению приложены следующие материалы:

- распечатки указанных в возражении товарных знаков [1];
- сведения от издания «Коммерсантъ» [2];
- сведения от издания «Ведомости» [3];
- распечатка с сайта <http://rfs.ru/news> [4];
- информация с сайта <http://top20brands.ru/ru> [5];
- сведения с сайта <https://www.omirussia.ru/about/> [6];
- делопроизводство по заявке №2023750936 [7];
- социологический опрос ВЦИОМ [8].

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, не представил отзыв по мотивам возражения и на заседаниях коллегий отсутствовал.

Изучив материалы дела и выслушав участников рассмотрения возражения, коллегия считает доводы возражения убедительными.

С учетом даты (05.04.2018) приоритета товарного знака по свидетельству №689896 правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеуказанный 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 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 1 - 5, 8 и 9 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Согласно пункту 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным, в частности, подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом.

Согласно положению пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарного знака обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо 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 подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

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 настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

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

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

В соответствии с пунктом 8 статьи 1483 Кодекса, в частности, 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), права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №689896 представляет собой

**ladldasl**

словесное обозначение «**ladldasl**», выполненное строчными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

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

Исходя из имеющихся в деле материалов, основанием для подачи возражения явилось столкновение исключительных прав на оспариваемый товарный знак по свидетельству №689896 и фирменное наименование лица, подавшего возражение.

В возражении также отмечается, что оспариваемый товарный знак ассоциируется с обозначением, которое в течение длительного времени до даты приоритета оспариваемого товарного знака, использовалось лицом, подавшим возражение, в гражданском обороте для индивидуализации товаров, однородных с товарами оспариваемой регистрации, в силу чего регистрация оспариваемого товарного знака на имя правообладателя способна ввести потребителя в заблуждение относительно товаров и производителя.

Лицо, подавшее возражение, обладает исключительным правом на товарные знаки по свидетельству №108, 375198, международным регистрациям №№487580, 1037620, 498358, 588920, 469033, 566295, содержащие словесный элемент «adidas», которые сходные, по его мнению, с оспариваемым товарным знаком, в отношении однородных товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ.

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод о наличии заинтересованности лица, подавшего возражение, в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №689896 по основаниям, предусмотренным пунктами 3, 6, 8 статьи 1483 Кодекса.

Относительно мотивов возражения о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №689896 в отношении товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, коллегия установила следующее.



первой буквы «d» оспариваемого товарного знака. В этой связи сходство оспариваемого товарного знака с противопоставленными товарными знаками обусловлено близким буквенным составом гласных и согласных букв [a], [d], [i], [d], [a], [s] и [a], [d], [d], [a], [s] и одинаковым их расположением.

Таким образом, коллегией установлена высокая степень фонетического сходства оспариваемого товарного знака по свидетельству №689896 и противопоставленными товарными знаками.

Ввиду выполнения словесных элементов сравниваемых обозначений буквами латинского алфавита, наблюдается сближение их по графическому фактору сходства. Последовательность букв в оспариваемом товарном знаке с небольшими изменениями в виде вертикальных линий не приводит к иному восприятию обозначения, нежели как восприятие его в виде знакомого потребителям слова «adidas».

Что касается семантического сходства сопоставляемых обозначений, то коллегией установлено, что противопоставленные товарные знаки со словесным элементом «adidas» являются широко известными среднему российскому потребителю в качестве названия компании, производящей спортивные товары и аксессуары к ним, а также в качестве названия товарного знака, признанного общеизвестным на территории Российской Федерации с 01.01.2009. В связи с указанным, семантика словесного

**ladidasl**

элемента «**ladidasl**» оспариваемого товарного знака с большой вероятностью будет ассоциироваться у российских потребителей с продукцией «adidas» и названием немецкой компании «Adidas AG», производящей эту продукцию.

Следует отметить, что вероятность смешения оспариваемого товарного знака с противопоставленными товарными знаками в отношении однородных товаров и

**adidas**

услуг усиливается тем, что товарный знак «**adidas**» по свидетельству №108 (1) признан общеизвестным товарным знаком с 01.01.2009.

Вышеуказанное сходство оспариваемого товарного знака с противопоставленными обозначениями подтверждается представленным к материалам возражения социологическим исследованием [8], в котором указано, что большая половина респондентов (54%) считает, что тестируемое обозначение « **ladldasl** » используется компанией «Adidas AG». Каждый второй участник исследования (53%) указал, что тестируемые обозначения « **ladldasl** » и «adidas» в целом схожи, несмотря на отдельные отличия. Кроме того, большинство опрошенных отметили сходство тестируемых обозначений по внешнему виду (52%), по заложенному смыслу(54%) и по звучанию (54%).

Учитывая вышеуказанное, коллегия с достоверностью может констатировать о том, что потребители, глядя на оспариваемое обозначение « **ladldasl** », связывают его с товарным знаком «adidas», используемым компанией «Adidas AG». В силу чего, сопоставляемые обозначения, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ однородности товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ оспариваемого товарного знака и товаров 03 класса МКТУ «чистящие и полировальные средства; мыло; парфюмерия, эфирные масла, косметика, лосьоны для волос» противопоставленного товарного знака (5), товаров 09 класса МКТУ «очки; солнцезащитные очки; защитные очки», товаров 14 класса МКТУ «ювелирные изделия, драгоценные камни; часовые и хронометрические приборы» противопоставленного товарного знака (6), показал, что их следует признать не однородными между собой по роду-виду, они имеют разное назначение, круг потребителей, следовательно, сопоставляемые товары не смогут быть спутаны потребителями в гражданском обороте. Учитывая, что сопоставляемые товары и услуги, указанные в перечне оспариваемого товарного знака, не являются однородными товарам 03, 09, 14 классов МКТУ, приведенным в перечнях товарных знаков (5), (6), у коллегии есть все основания для снятия товарных знаков (5), (6) в качестве противопоставлений по пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Товары 25 класса МКТУ, указанные в оспариваемой регистрации и товары 25 класса МКТУ, приведенные в перечнях противопоставленных товарных знаков (1, 3, 4, 7, 8), являются однородными, поскольку объединены родовыми понятиями «одежда, обувь и головные уборы», следовательно, соотносятся как род-вид, имеют одно назначение, область применения, условия сбыта и круг потребителей.

Товары 16 класса МКТУ противопоставленного товарного знака (2) «картонки для шляп, выкройки для шитья» являются сопутствующими товарам 25 класса МКТУ оспариваемого товарного знака, относящимся к одежде, в силу чего их также следует признать однородными.

Товары 16 класса МКТУ противопоставленного товарного знака (2) «нагрудники детские бумажные» - предмет одежды, располагающийся от уровня шеи и закрывающий верхнюю часть груди для защиты одежды от возможного загрязнения в процессе приёма пищи, также признаются коллегией однородными товарам 25 класса МКТУ, оспариваемого товарного знака, относящимся к одежде, в связи с отнесением их к понятиям род-вид, также они имеют одинаковое назначение и круг потребителей может совпадать.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ «демонстрация товаров, организация выставок в коммерческих или рекламных целях, организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, продвижение продаж для третьих лиц, реклама, реклама интерактивная в компьютерной сети, услуги по розничной и оптовой продаже товаров, в том числе услуги по розничной и оптовой продаже товаров через интернет, услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами] для заявленных товаров 25 класса» предназначены для продвижения различными способами товаров 25 класса МКТУ, следовательно, они признаются однородными с товарами 25 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков (1, 3, 4, 7, 8).

С учетом изложенного, коллегия пришла к выводу о том, что сравниваемые товарные знаки (1, 2, 3, 4, 7, 8) являются сходными до степени смешения в отношении однородных товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ, что не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Относительно доводов лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.

Для того, чтобы сделать вывод о несоответствии товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, в данном случае, требуется наличие ниже перечисленных признаков:

- обозначение должно быть тождественным или сходным до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием;
- право на фирменное наименование возникло ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака;
- фирменное наименование используется в отношении однородных товаров (услуг).

Согласно статье 8 Парижской Конвенции по охране промышленной собственности «Фирменное наименование охраняется во всех странах Союза без обязательной подачи заявки или регистрации и независимо оттого, является ли оно частью товарного знака». Вместе с тем, в возражении лицом, его подавшим, не представлено сведений о дате возникновения права на фирменное наименование компании «Adidas AG». Мнение лица, подавшего возражение, о том, что фирменное наименование возникло ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака исходя из более ранней даты приоритета противопоставленных товарных знаков, носит декларативный характер и не подтвержден документальными доказательствами. Помимо этого, представленные материалы [2-6] демонстрируют присутствие на рынке спортивных товаров «adidas», однако в материалах дела отсутствует информация, подтверждающая фактическую деятельность лица, подавшего возражение, на территории Российской Федерации до даты приоритета оспариваемого товарного знака.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о том, что основания для вывода о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса отсутствуют.

Что касается доводов лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия указывает на следующее.

Сам по себе оспариваемый товарный знак « **ladldasl** » не содержит сведений, которые бы являлись ложными или вводящими потребителя в заблуждение относительно товаров или лица, его производящего, то есть применительно к товарам и услугам 25, 35 классов МКТУ он признается фантазийным.

Вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным производителем товаров на основании имеющегося опыта.

Для такого вывода необходимо наличие доказательств, подтверждающих, что оспариваемый товарный знак, используемый при маркировке товаров и услуг 25, 35 классов МКТУ, ассоциировался у потребителей с лицом, подавшим возражение.

Согласно представленной к возражению информации лицо, подавшее возражение, является немецкой транснациональной компанией по производству спортивной одежды, обуви и аксессуаров. Это крупнейший производитель спортивной одежды в Европе и второй по величине в мире после Nike. Это холдинговая компания Adidas Group, которая включает в себя Runtastic. «Бренд с тремя полосками» является одной из крупнейших спортивных компаний в истории. Выручка Adidas за 2019 год составила 23,640 млрд. евро (источник - <https://ru.wikipedia.org/wiki/Adidas>).

Представленный к возражению социологический опрос ВЦИОМ [8] показал, что значительная часть респондентов (42%) указало, что обозначение « **ladldasl** » представляет собой слово «adidas». При этом 49% опрошенных потребителей отметили, что обозначение « **ladldasl** » ассоциируется с обозначением «adidas» и 60% респондентов указали, что обозначение « **ladldasl** » применяется для одежды,

обуви и головных уборов. Немаловажным фактором является то, что 40% опрошенных могли бы воспринять товары под обозначением « **ladldasl** » как специальную (под новым альтернативным брендом) версию товаров от производителя одежды, обуви, головных уборов под обозначением «adidas» для продажи на российском рынке. Треть участников исследования (35%) допускают возможность восприятия магазинов под тестируемыми обозначениями как торговых точек одной и той же компании.

Вышеизложенная информация позволяет коллегии прийти к выводу о том, что потребитель, столкнувшись на рынке с товарами 25 класса МКТУ, маркированными обозначением « **ladldasl** », а также с предоставляемыми услугами 35 класса МКТУ, связанными с продвижением товаров 25 класса МКТУ, будет думать о том, что указанные товары и услуги относятся к компании «Adidas AG», производящей свои товары под обозначением «adidas». Приведенные в исследованиях сведения демонстрируют, что обозначение « **ladldasl** » может быть воспринято как продолжение серии знаков, сопровождаемых обозначением «adidas», компании «Adidas AG». Следует также учесть, что вероятность введения потребителя в заблуждение усиливается сходством оспариваемого товарного знака « **ladldasl** » с

**adidas**

товарным знаком « **ladldasl** » по свидетельству №108 (1), являющимся общеизвестным товарным знаком в отношении однородных товаров и услуг.

Принимая во внимание изложенные выше обстоятельства, коллегия усматривает основания для признания оспариваемого товарного знака способным ввести в заблуждение потребителя относительно товаров и услуг, а также лица, производящего эти товары и оказывающие услуги. В этой связи довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству

№689896 не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, является убедительным и подлежит удовлетворению.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 25.12.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №689896 недействительным полностью.**