

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела поступившее 15.10.2023 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 883877, поданное индивидуальным предпринимателем Кузнецовым М.Е., Россия (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Регистрация оспариваемого товарного знака «  » с приоритетом от 09.02.2022 по заявке №2022707867 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 02.08.2022 за № 883877 в отношении товаров 16, 25, 28 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ) на имя Юсупова Р.Р., Россия (далее – правообладатель).

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 15.10.2023, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 883877 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3, 6, 9 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый знак является сходным до степени смешения с товарным знаком

«  », зарегистрированным на имя лица, подавшего возражение;

- сравниваемые знаки обладают высокой степенью фонетического и графического сходства. Кроме того, сравниваемые знаки вызывают одинаковые ассоциации с миниатюрными товарами, что свидетельствует об их семантическом сходстве;

- товары 25 класса МКТУ оспариваемого и противопоставленного знаков в высокой степени однородны. В перечне товаров 28 класса МКТУ оспариваемого товарного знака присутствуют товары «одежда для кукол; перчатки бейсбольные; перчатки боксерские; перчатки для гольфа; перчатки для игр; перчатки для подачи [принадлежности для игр]; перчатки фехтовальные; пояса для плавания; пояса тренировочные для талии; ремни для досок для серфинга; ремни для досок с парусом; ремни для тяжелоатлетов [товары спортивные]; шляпы бумажные для праздников», которые являются однородными товарам 25 класса МКТУ противопоставленного знака, в котором, в числе прочих, присутствуют товары «одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки для лыжников; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные / пояса-шарфы; пояса-кошельки [одежда]; шляпы». Товары 16 класса МКТУ «доски гравировальные; доски грифельные для письма; доски классные; доски наборные [полиграфия]; доски чертежные; доски, щиты для объявлений бумажные или картонные» оспариваемого товарного знака являются однородными услугам 35 класса МКТУ противопоставленного знака, в котором, в числе прочих, присутствуют услуги «прокат рекламных щитов; расклейка афиш; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; оформление витрин»;

- регистрация оспариваемого знака произведена в нарушение пункта 9 статьи 1483 Кодекса. Противопоставленный знак, включая его словесную часть «minimerini», является объектом авторских прав и был разработан дизайнером по заказу лица, подавшего возражение, задолго до даты приоритета оспариваемого знака. Правообладатель намеренно использовал фрагменты произведения, исключительное право на которое принадлежит лицу, подавшему возражение;

- представленными с возражением документами лицо, подавшее возражение, подтвердило, что длительное время задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака реализовывало продукцию под своим обозначением, в связи с чем у потребителей

соответствующей целевой группы сформировалась устойчивая ассоциативная связь продукции, маркированной брендом «Minimerini», исключительно с лицом, подавшим возражение. Вышеизложенное обоснование наличия сходства до степени смешения противопоставленного обозначения и оспариваемого товарного знака подтверждает, что потребители могут перепутать указанные обозначения, ошибочно полагая, что правообладатель действует от имени лица, подавшего возражение, в связи с чем будут введены в заблуждение.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 883877 недействительным полностью.

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

1. Выписка из ЕГРИП на лицо, подавшее возражение;
2. Выписка из ЕГРИП на правообладателя;
3. Выписка из государственного реестра товарных знаков и знаков обслуживания на товарные знаки по свидетельствам № 883877, № 862911, № 937636;
5. Материалы электронной переписки;
6. Договор авторского заказа от 02.09.2021;
7. Техническое задание от 02.09.2021 г. к договору авторского заказа от 02.09.2021;
8. Акт сдачи-приемки произведения от 18.09.2021 к договору авторского заказа от 02.09.2021;
9. Чек из приложения «Мой налог»;
11. Договор оказания услуг № 12/12 от 01.12.2019;
12. Акты сдачи-приемки товаров, приложения к договорам поставки;
13. Фотографии продукции.

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением, представил отзыв по его мотивам, в котором выразил несогласие с доводами возражения, отметив следующее:

- оспариваемое обозначение разработано по заказу правообладателя и является самостоятельным объектом авторского права. Автором дизайна логотипа

«*minimalini*» является Федотова М.В. (дата создания: декабрь 2021 года);

- автор дизайна логотипа, включенного в состав товарного знака по свидетельству №883877, Федотова М.В. создала такие известные произведения дизайна как кот Басик и зайка Ми. Под оспариваемым обозначением известна серия мягких кукол;

- оригинальное исполнение диакритического знака над буквой «і» в виде стилизованного изображения цветка автор логотипа и ранее использовала в своих работах, в частности, в названии бренда «»;

- в произведениях Федотовой М.В. постоянно используются различные изображения цветов, что подтверждается, в том числе, лицензионным договором о предоставлении права использования произведения от 03.06.2017, дополнительным соглашением № 2 к договору от 17.01.2020 о совместном владении исключительным правом на дизайн кота Басика, а также сведениями из сети Интернет;

- кроме того, оригинальное исполнение диакритического знака над буквой «і» использовалось в товарных знаках по свидетельствам №№ 657148, №527168, №527166, где он выполнен в виде стилизованного изображения сердца;

- для словесных элементов сравниваемых товарных знаков использованы оригинальные шрифты, в частности: противопоставленный знак выполнен шрифтом «Romochka», оспариваемый знак исполнен шрифтом «Vimbo». Шрифт является самостоятельным охраняемым объектом авторского права и относится к произведениям графики, представляет собой упорядоченную графическую форму определенной системы письма, воплощаемой на материальном носителе;

- на основании вышеизложенного довод возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака пункта 9 статьи 1483 Кодекса является необоснованным. Доводы возражения об осуществлении правообладателем оспариваемого товарного знака заимствования и переработки произведения лица, подавшего возражение, также опровергаются вышеизложенным. При этом довод возражения о нарушении исключительного права на произведение лица, подавшего возражение, со ссылками на положения пункта 1 статьи 1229 и статьи 1270 Кодекса являются неотносимыми к настоящему спору, поскольку выходят за пределы компетенции Роспатента. Вопросы, касающиеся авторских прав на произведения, также не входят в компетенцию Роспатента;

- оспариваемый и противопоставленный знак не являются сходными до степени смешения. Сравнимые знаки выполнены в разной цветовой гамме, а также включают в свой состав отличающиеся изобразительные элементы, выполненные в различной

графической манере и имеющие разную внешнюю форму. Сравнимые товарные знаки включают разное количество изобразительных элементов в виде цветов (два и четыре соответственно), которые, в свою очередь, имеют разное количество лепестков, при этом, изображения цветов в оспариваемом товарном знаке имеют одинаковый размер, являются более ровными и симметричными, а изображения цветов в противопоставленном товарном знаке имеют произвольную форму и размер. Противопоставленный товарный знак включает стилизованные изображения листов растения. Таким образом, изобразительные элементы также производят различное общее зрительное впечатление. На основании изложенного, оспариваемый и противопоставленный товарные знаки не являются сходными по графическим признакам сходства и производят в целом различное общее зрительное впечатление на потребителей;

- словесные элементы сравнимых товарных знаков являются фантазийными, в связи с чем провести их анализ по семантическим признакам сходства не представляется возможным;

- сравнимые товарные знаки характеризуются разным составом гласных и согласных звуков, различием состава слогов, отсутствием вхождения одного обозначения в другое. Словесные элементы сравнимых товарных знаков представляют собой фантазийные слова, в связи с чем ударение в них не является фиксированным и они могут быть прочтены потребителями с ударением на любой слог. Изложенное свидетельствует об отсутствии фонетического сходства сравнимых товарных знаков;

- согласно сведениям открытого реестра товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации часть «mini» достаточно часто используется в составе товарных знаков разных лиц, в том числе, в отношении товаров 25 класса МКТ (см., например, товарные знаки по свидетельствам №791880, №392173, №853184, №392173, №853184, №876690 и др.). Таким образом, вывод о сходстве товарных знаков по свидетельствам №883877 и №862911 не может быть основан на наличии в них частей «mini»;

- довод возражения об однородности части товаров 28 класса МКТУ, для которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак («одежда для кукол; перчатки бейсбольные; перчатки боксерские; перчатки для гольфа; перчатки для игр; перчатки для подачи [принадлежности для игр]; перчатки фехтовальные; пояса для плавания; пояса тренировочные для талии; ремни для досок для серфинга; ремни для досок с парусом; ремни для тяжелоатлетов [товары спортивные]; шляпы бумажные для праздников»), а также части

товаров 25 класса МКТУ противопоставленного знака, является необоснованным. Вышеперечисленные товары имеют свои особенности в силу различий их использования, в связи с чем не могут быть признаны однородными;

- довод об однородности части товаров 16 класса МКТУ, для которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак («доски гравировальные; доски грифельные для письма; доски классные; доски наборные [полиграфия]; доски чертежные; доски, щиты для объявлений бумажные или картонные») и части услуг 35 класса МКТУ, для которых охраняется противопоставленный товарный знак («прокат рекламных щитов; расклейка афиш; прокат торговых стоек; прокат торговых стоек; оформление витрин»), также не обоснован. Спорные товары 16 класса МКТУ относятся к инструментам и принадлежностям для художественного творчества (доски гравировальные), оборудованию и пособиям учебным или демонстрационным (доски грифельные для письма; доски классные), оборудованию типографскому (доски наборные [полиграфия]); инструментам и аксессуарам для черчения (доски чертежные); изделиям для размещения информации (доски, щиты для объявлений бумажные или картонные). В то время как противопоставляемые услуги 35 класса МКТУ относятся к услугам в области рекламы (прокат рекламных щитов; расклейка афиш; оформление витрин); услугам по прокату торгового оборудования (прокат торговых стоек; прокат торговых стоек). Таким образом, сравниваемые товары и услуги имеют разное назначение и свойства, круг потребителей, условия реализации, не соотносятся и не совпадают по родо-видовым и другим признакам, а также не являются взаимодополняемыми либо взаимозаменяемыми. Основания для расширения перечня товаров (услуг), рассматриваемых как однородные, в данном случае отсутствуют;

- с учетом изложенного выше сравниваемые товарные знаки не являются сходными до степени смешения, в связи с чем риск их восприятия как принадлежащих одному лицу отсутствует, что свидетельствует о соответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса;

- оспариваемый знак соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса. Вопреки доводам возражения, лицом, подавшим возражение, не подтверждено, что оно длительное время задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака реализовывало продукцию под своим обозначением;

- в возражении указано, что противопоставленное обозначение разрабатывалось в сентябре 2021 года. В свою очередь, дата приоритета оспариваемого товарного знака -

09.02.2022. При этом период менее полугода в целом не является длительным и достаточным для возникновения у потребителей стойких ассоциативных связей. В свою очередь, большинство представленных документов являются не относимыми, поскольку не относятся к периоду доказывания либо не содержат указания даты, что исключает возможность их отнесения к спорному периоду, а также не подписаны надлежащим образом. Кроме того, как было указано выше, товарный знак по свидетельству №883877 не является сходным до степени смешения с товарным знаком по свидетельству №862911.

На основании вышеизложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №883877.

В обоснование изложенных доводов правообладателем представлены следующие материалы:

14. Копии договора об отчуждении исключительного права на дизайн логотипов от 01.02.2022 и акт сдачи-приемки;

15. Распечатки сведений из сети Интернет;

16. Распечатки страниц сайта <http://www.marmarussia.com/>, скриншоты из сервиса <https://web.archive.org/>, сведения о логотипе «marmarussia» и участии в выставке «Licensing World Russia – 2016»;

17. Копии лицензионного договора о предоставлении права использования произведения от 03.06.2017 и дополнительного соглашения № 2 к договору от 17.01.2020, распечатки из сети Интернет;

18. Распечатки сведений о шрифтах;

19. Распечатки судебных актов по делам №№ СИП-35/2020, СИП-36/2020;

20. Выдержка из Информационной справки от 05.04.2017 № СП-23/10.

На заседании коллегии, состоявшемся 02.02.2024, от лица, подавшего возражение, поступили следующие пояснения на отзыв:

- правообладатель не представляет доказательств разработки логотипа дизайнером Федотовой М.В., что вызывает сомнения относительно создания логотипа указанным лицом и принадлежности ему исключительного права как первичному правообладателю (автору). Правообладателем не представлены исходные файлы логотипа с метаданными, содержащими конкретную дату создания спорного произведения. В связи с этим представленные правообладателем доказательства (в частности, акт сдачи-приемки, содержащий в качестве даты создания произведения не конкретную дату с числом, месяцем и годом, а абстрактное

указание «декабрь 2021 года») не могут считаться достаточными, во-первых, для обоснования создания Федотовой М.В. спорного произведения, во-вторых, для доказывания принадлежности Федотовой М.В. исключительного права на спорное произведение как первичному правообладателю (автору). В-третьих, для передачи спорного произведения непосредственно правообладателю;

- в представленном правообладателем договоре об отчуждении исключительного права на дизайн логотипов от 01.02.2022 вообще отсутствуют условия о порядке передачи логотипа Федотовой М.В. в пользу правообладателя. Между тем, сложившаяся практика передачи произведений, созданных в графических редакторах, исходит из того, что итоговый результат работ дизайнеры пересылают заказчику посредством электронной почты или мессенджеров. Никаких подобных материалов правообладателем не представлено, что свидетельствует о том, что логотип реально не передавался Федотовой М.В. в пользу правообладателя, а представленные договор и акт сдачи-приемки являются просто номинальными, нацеленными на искусственную демонстрацию передачи произведения, которой в действительности не происходило. О номинальности представленного договора также свидетельствует отсутствие доказательств реального исполнения указанного договора посредством предоставления документов, подтверждающих факт оплаты правообладателем вознаграждения за отчуждение исключительного права на логотип. Иное материалами, представленными правообладателем, не подтверждается. При этом, лицо, подавшее возражение, подтвердило факт наличия электронной переписки с дизайнером, который непосредственно разрабатывал логотип, равно как подтвердило реальное исполнение договора с дизайнером посредством предоставления чека;

- правообладатель игнорирует тот факт, что словесный элемент «minimerini», положенный в основу логотипа лица, подавшего возражение, также является результатом творческого труда, который без согласия лица, подавшего возражения, был неправомерно переработан правообладателем для целей последующей регистрации оспариваемого товарного знака. В возражении лицо, подавшее возражение, указывало, что оно является не только правообладателем логотипа, но и правообладателем словесного элемента «minimerini», входящего в указанный логотип и в сущности являющегося названием произведения - результатом интеллектуальной деятельности, созданным творческим трудом. Указанный объект также может быть противопоставлен оспариваемому товарному знаку, если права на него возникли ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака. Из ранее приводимого

в возражении анализа является абсолютно очевидной переработка названия произведения «minimerini», являющегося результатом творческого труда, в словесный элемент «minimalini», положенный в основу оспариваемого товарного знака. При этом лицо, подавшее возражение, не предоставляло правообладателю согласия на переработку своего названия, не заключало с правообладателем лицензионный договор. Довод о том, что Федотовой М.В. постоянно в своих работах используются вместо диакритических знаков различные изображения цветов, не свидетельствует о правомерности переработки указанным лицом логотипа, исключительное право на который принадлежит другому лицу, без согласия последнего. Не нивелирует данный довод и высокую степень сходства изображений цветов, использованных в товарном знаке лица, подавшего возражение, и оспариваемом товарном знаке;

- товарный знак по свидетельству №862911 и оспариваемый товарный знак являются сходными в целом. Выполнение сравниваемых знаков разными шрифтами не свидетельствует ни об отсутствии сходства до степени смешения между товарными знаками, ни об отсутствии сходства самих шрифтов. Правообладатель, проводя параллель с перечисленными в отзыве товарными знаками со словесным элементом «Mini» и, по сути, осуществляя дробление целостных товарных знаков на части, не учитывает, что обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия;

- правообладатель использует оспариваемый товарный знак на продукции не в черно-белом варианте, как он зарегистрирован, а в различных цветовых сочетаниях, схожих с теми, которые используются в товарном знаке по свидетельству №862911: розовый, желтый, голубой, зеленый. Указанное обстоятельство является значимым для рассмотрения настоящего спора и влияет на установление наличия смешения. Кроме того, указанное обстоятельство также свидетельствует и о наличии введения потребителя в заблуждения относительно изготовителя товара постольку, поскольку потребители масс-маркета, приобретая в магазинах продукцию правообладателя, могут ошибочно полагать, что приобретают продукцию лица, подавшего возражение. Тем самым правообладатель присваивает себе деловую репутацию лица, подавшего возражение, в результате чего могут увеличиваться его объемы продаж. Таким образом, лицо, подавшее возражение, считает, что в рассматриваемой в рамках настоящего административного дела ситуации имеет место не только смешение, но и введение потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров;

- правообладатель является массовым истцом по ряду судебных процессов, связанных с взысканием компенсации за нарушение исключительных прав на различные объекты интеллектуальной собственности, что, скорее, свидетельствует о недобросовестности правообладателя и о злоупотреблении им правом, а не о его положительной деловой репутации, сложившейся на рынке, не о его широкой известности целевой аудитории потребителей.

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

21. скриншоты электронной переписки;
22. сравнительная таблица с примерами использования оспариваемого товарного знака;
23. скриншот картотеки арбитражных дел.

Ознакомившись с вышеупомянутой позицией лица, подавшего возражение, правообладатель представил следующие пояснения:

- рассмотрение споров об авторстве не относится к компетенции Роспатента, в связи с чем доводы лица, подавшего возражение, относительно отсутствия доказательств разработки логотипа Федотовой М.В. и его реальной передачи правообладателю оспариваемого товарного знака не подлежат рассмотрению в рамках настоящего спора. Вместе с тем, следует обратить внимание, что условие о порядке передачи результатов интеллектуальной деятельности не относится к существенным условиям договора об отчуждении исключительного права. Кроме того, в акте сдачи-приемки указано, что стороны претензий по передаче дизайна не имеют, из чего следует, что стороны подтвердили надлежащую передачу логотипа;

- словесная часть обозначения « *Minimalini* » разрабатывалась Федотовой М.В. в ноябре-декабре 2021 года (дата создания исходного файла: 02.11.2021, дата изменения: 01.12.2021), затем автором создавалась графическая часть обозначения (исходные файлы созданы 08.12.2021, 19.01.2022), сторонами велось обсуждение обозначения по электронной переписке (в частности, электронные письма от 28.12.2021). При этом, как указывалось ранее в отзыве на возражение и подтверждается приложенными к нему материалами (лицензионный договор и дополнительное соглашение к договору совместного владения исключительным правом, сведения из сети Интернет, сведения о логотипах и товарных знаках), при создании дизайна логотипа «Minimalini» использованы элементы творческого стиля автора, в частности, стилизованные изображения цветов, оригинальное исполнение диакритического

знака над буквой «i». Таким образом, выраженные лицом, подавшим возражение, сомнения относительно создания и передачи дизайна логотипа Федотовой М.В. не обоснованы;

- вопрос переработки произведения также не относится к компетенции Роспатента. Кроме того, указанный довод является необоснованным и опровергается доводами отзыва на возражение и доводами настоящих письменных объяснений, из которых, в том числе, в том числе, следует, что при создании дизайна логотипа «*Minimalini*» его автор не знал о логотипе лица, подавшего возражение;

- относительно ссылки на то, что элемент «*minimerini*» является названием произведения и также может быть противопоставлен оспариваемому товарному знаку, считаем необходимым отметить следующее. Во-первых, лицом, подавшим возражение, не полностью приведена норма подпункта 1 пункта 9 статьи 1483 Кодекса, которая звучит следующим образом: не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные названию известного в Российской Федерации на дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака (статья 1492) произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или его фрагменту, без согласия правообладателя, если права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака;

- кроме того, как следует из разъяснений, содержащихся в пункте 81 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда), учету подлежит то, является ли конкретный элемент названием конкретного произведения. Согласно указанному пункту авторское право с учетом пункта 7 статьи 1259 Кодекса распространяется на любые части произведений при соблюдении следующих условий в совокупности: такие части произведения сохраняют свою узнаваемость как часть конкретного произведения при их использовании отдельно от всего произведения в целом; такие части произведений сами по себе, отдельно от всего произведения в целом, могут быть признаны самостоятельным результатом творческого труда автора и выражены в объективной форме. Согласно правоприменительной практике для того, чтобы в целях применения нормы подпункта 1 пункта 9 статьи 1483 ГК РФ признать использованным название конкретного произведения (при доказанности известности произведения), должны быть представлены доказательства его узнаваемости в товарном знаке применительно к адресной группе потребителей именно как названия конкретного произведения. Следует



отметить, что доказательств известности произведения «*minimerini*» и словесного элемента противопоставленного товарного знака «*minimerini*», который, по мнению лица, подавшего возражение, является названием произведения, а также доказательств восприятия и узнаваемости данного словесного элемента именно в качестве названия произведения с материалами возражения не представлено;

- оспариваемый и противопоставленный знаки несходны семантически. Несмотря на отсутствие семантического значения у словесных элементов «*minimalini*» и «*minimerini*», указанные словесные элементы способны породить в сознании потребителей определенные ассоциации. Так, словесный элемент «*minimalini*» ввиду сходства звучания части «*malini*» со значимым словом русского языка «малина» может вызывать в сознании потребителей, например, образ маленькой ягодки малины. В свою очередь, словесный элемент «*minimerini*» имеет сходство звучания со значимым словом русского языка «меринос» и может вызвать в сознании потребителей ассоциации с детенышем мериноса или с товарами, изготовленными из шерсти мериноса. То, что в противопоставленный товарный знак закладывалась такая идея подтверждается информацией, размещенной на сайте <https://minimerini.ru/>, согласно которой «*Minimerini*» - детский бренд вязаной одежды из 100% шерсти мериноса;

- вывод о сходстве товарных знаков не может быть основан на наличии в них частей «*mini*» ввиду распространенности данного элемента в составе товарных знаков разных лиц, охраняемых, в том числе, в отношении товаров 25 класса МКТУ. Кроме того, в частях «*ma-li-ni*» [ма-ли-ни] и «*me-ri-ni*» [ме-ри-ни] совпадают только конечные слоги, в свою очередь, начальные и средние слоги отличаются, что свидетельствует об отсутствии оснований для вывода о фонетическом сходстве сравниваемых товарных знаков. Имеющиеся отличия сравниваемых товарных знаков являются существенными и свидетельствуют об отсутствии сходства сравниваемых товарных знаков в целом, а также об отсутствии риска их восприятия как принадлежащих одному лицу;

- довод о введении потребителей в заблуждение не подтвержден документально, довод письменных объяснений Кузнецова М.Е. о том, что правообладатель оспариваемого товарного знака присваивает себе деловую репутацию лица, подавшего возражение, также не обоснован. Приобретение лицом, подавшим возражение, и его продукцией под противопоставленным товарным знаком, какой-либо репутации не подтверждается материалами возражения и в целом представляется маловероятным с учетом, что период

между разработкой согласно возражению логотипа лица, подавшего возражение, и датой приоритета оспариваемого товарного знака составляет менее полугода. Относительно фактического использования товарных знаков следует отметить, что согласно сложившейся правоприменительной практике сопоставительному анализу при применении пункта 6 статьи 1483 Кодекса подлежат обозначения в том виде, в котором они зарегистрированы. Кроме того, приведенные лицом, подавшим возражение, варианты использования оспариваемого товарного знака имеют еще больше отличий от противопоставленного товарного знака, чем оспариваемый товарный знак;

- отсутствуют обстоятельства, которые позволяли бы сделать вывод о наличии признаков недобросовестности и злоупотребления правом в действиях правообладателя оспариваемого знака. Факт наличия судебных споров, инициированных правообладателем оспариваемого товарного знака, не является таким обстоятельством. Юсупов Р.Р. является правообладателем ряда товарных знаков и объектов авторского права, с использованием которых ведется активная деятельность. Например, линейка продукции «Basik Co.» (кот Басик) обладает определенной известностью и репутацией на рынке. Участие правообладателя оспариваемого товарного знака в судебных спорах связано с необходимостью защиты от нарушения исключительных прав на принадлежащие ему объекты интеллектуальной собственности.

В подтверждение изложенных доводов правообладателем представлены:

24. Скриншоты, содержащие информацию о датах создания и изменения файлов, а также электронной переписки;
25. Распечатка сведений из словарных источников;
26. Распечатка страниц интернет-сайта <https://minimerini.ru>.

На заседании коллегии, состоявшемся 05.04.2024, от лица, подавшего возражение, поступили следующие дополнительные пояснения к возражению:

- предоставление правообладателем документов в обоснование создания логотипа по его заказу дизайнером не опровергает довод лица, подавшего возражение, о том, что привлеченный к созданию указанного логотипа дизайнер неправомерно заимствовал произведение дизайна и словесное обозначение, исключительные права на которые принадлежат лицу, подавшему возражение, а впоследствии правообладатель результат такого заимствования использовал для регистрации оспариваемого товарного знака. Само по себе предоставление правообладателем документов в обоснование создания своего логотипа,

отдельного от логотипа лица, подавшего возражение, не исключает использование такого логотипа правообладателя в составе оспариваемого товарного знака, поскольку в соответствии с подпунктом 1 пункта 9 статьи 1483 Кодекса необязательно установление тождества между объектом авторских прав и оспариваемым товарным знаком - достаточно установление наличия сходства до степени смешения между указанными объектами;

- довод правообладателя о том, что дизайнер, разрабатывающий логотип оспариваемого знака якобы не знал о логотипе лица, подавшего возражение, абсолютно ничем не подкреплен, кроме абстрактных ссылок на позицию правообладателя, в связи с чем не опровергает довод лица, подавшего возражение, о том, что дизайнер мог неправомерно заимствовать логотип;

- в целях обоснования позиции о наличии сходства между оспариваемым и противопоставленным знаком лицом, подавшим возражение, представляется социологический опрос, согласно которому подтверждается наличие социологических признаков сходства до степени смешения сравниваемых знаков и введение потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров;

- утверждения правообладателя о необходимости подтверждать известность произведения противоречит актуальной правоприменительной практике. Лицо, подавшее возражение, настаивает на использовании сходного до степени смешения обозначения со всем произведением лица, подавшего возражение, целиком в составе оспариваемого товарного знака, а не отдельных его фрагментов. Согласно актуальной правоприменительной практике, в случае использования в товарном знаке всего произведения (произведения искусства или его фрагмента) установления известности такого произведения не требуется.

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

27. Социологический опрос потребителей одежды, проведенный посредством платформы «Яндекс.Взгляд» ([surveys.yandex.ru](https://surveys.yandex.ru)) в период 31.03.2024-01.04.2024;
28. Чек об оплате Социологического опроса;
29. Сведения о новом сервисе поиска по товарным знакам Роспатента;
30. Результат поисковой выдачи нового сервиса поиска по товарным знакам Роспатента;
31. Сведения и материалы об участии в ярмарках;
32. Отзывы потребителей о продукции;
33. Отчеты о продажах с сайта;

#### 34. Отчет о товарах, переданных на комиссию.

От правообладателя 23.05.2024 поступили комментарии на дополнения к отзыву от 05.04.2024:

- представленный лицом, подавшим возражение, опрос не соответствует требованиям источников профессиональных стандартов для проведения опросов, а содержащиеся в нем сведения не дают оснований для объективных и обоснованных выводов о сходстве протестированных объектов до степени смешения, в частности, в нем отсутствуют цели и задачи исследования, в связи с чем невозможно оценить релевантность собранных данных поставленным задачам, кроме того, социологический опрос не содержит никаких сведений о сделанной проверке круга опрошенных лиц, о верификации респондентов, чтобы можно было оценивать результаты опроса. Данный документ содержит формулировки отборочных (скрининговых) вопросов, однако, респонденты, чьи ответы не удовлетворяли требованию отборочных вопросов, не были исключены из выборки;

- социологический опрос «Яндекс.Взгляд» представлен в виде анкеты и скриншотов страниц [surveys.yandex.ru](https://surveys.yandex.ru), содержащих вопросы и результаты ответов по ним. То есть приведенная в письменных объяснениях интерпретация результатов социологического опроса «Яндекс.Взгляд» является мнением представителя лица, подавшего возражение. Кроме того, из представленного документа не следует, в каких населенных пунктах проводился опрос;

- минимальная выборка респондентов, как правило, не должна быть менее 1500 человек. В Информационной справке Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 за №СП-21/15 указано, что значения минимального и максимального предела могут варьироваться в зависимости от каждого конкретного случая, а также приведена рекомендация, что для товаров и услуг широкого потребления будет достаточно опросить от 1000 до 2000 характерных потребителей. С учетом изложенного представленный Социологический опрос «Яндекс.Взгляд» не может подтверждать вывод о сходстве сравниваемых обозначений до степени смешения в отношении товаров 25 класса МКТУ;

- представленные результаты, вопреки доводам лица, подавшего возражение, не могут быть распространены и на товары других классов. Кроме того, в поданном возражении не заявлялась и не обосновывалась однородность товаров 25 класса МКТУ с товарами 16 класса МКТУ (канцелярские товары), 28 классов МКТУ (игрушки игры);

- доводы правообладателя оспариваемого товарного знака об отсутствии сходства до степени смешения сравниваемых товарных знаков, приведенные в представленных ранее

отзыве и письменных объяснениях, подтверждаются отчетом АНО «ЛЕВАДА-ЦЕНТР», подготовленным по результатам исследования «Восприятие обозначения, воспроизводящегося в товарном знаке по свидетельству № 883877 и обозначения, входящего в состав товарного знака по свидетельству № 862911 потребителями», проведенного с 3 по 6 мая 2024 года при выборке 1507 респондентов (далее - Отчет АНО «ЛЕВАДА-ЦЕНТР»). В Отчете АНО «ЛЕВАДА-ЦЕНТР» по результатам проведенного опроса сделаны следующие выводы: Подавляющее большинство потребителей как на момент опроса, так и в ретроспективе, на 9 февраля 2022 года, (84 % и 81 % соответственно) воспринимают обозначения сравниваемые обозначения как не сходные в целом между собой. Подавляющее большинство потребителей, как на момент опроса, так и в ретроспективе, на 9 февраля 2022 года, (83% и 82% соответственно) воспринимают товары (одежду, обувь, головные уборы, нижнее белье), маркируемые сравниваемыми обозначениями, как продукцию разных производителей. Подавляющее большинство потребителей как на момент опроса, так и в ретроспективе, на 9 февраля 2022 года, (84 % и 83 % соответственно) ответили, что при покупке не могли бы перепутать продукцию (одежду, обувь, головные уборы, нижнее белье), и вместо товаров, маркированных сравниваемыми знаками.

С дополнениями к отзыву представлены следующие материалы:

35. Рецензия АО «ВЦИОМ»;

36. Отчет по результатам исследования АНО «Левада-Центр».

На заседании коллегии, состоявшемся 24.05.2024, лицом, подавшим возражение, были уточнены основания для оспаривания правовой охраны товарному знаку по свидетельству №883877, а именно было указано на несоответствии данного знака, в том числе, требованиям пункта 9 статьи 1483 Кодекса в рамках его сходства с произведением дизайна, принадлежащим лицу, подавшему возражение.

Кроме того, лицо, подавшее возражение, на заседании коллегии от 24.06.2024 представило следующие пояснения:

- в целях проверки достоверности сведений, представленных в социологическом опросе АНО «Левада Центра», лицо, подавшее возражение, обратилось в Лабораторию социологической экспертизы ФНИСЦ РАН, подготовившую Рецензию №130-2024 от 19.06.2024 на отчет АНО «ЛЕВАДА ЦЕНТР», при подготовке которой Социологический опрос АНО «Левада Центр» был детально проанализирован и признан недостоверным. В частности, были сформулированы следующие выводы: «Данные, полученные АНО

«ЛЕВАДА-ЦЕНТР», не обладают репрезентативностью, надежностью и достоверностью для формирования выводов относительно поставленных в исследовании задач. Отсутствие описания формирования выборки и методологии исследования приводят к тому, что полученные данные невозможно оценить с какой-либо степенью точности как данные, описывающие изучаемое явление. Выводы, которые сделаны в отчете, не имеют надежного научного обоснования и, следовательно, не могут быть признаны однозначно достоверными и соответствующими действительности»;

- кроме того, в рецензии содержится критика следующих аспектов социологического опроса АНО «Левада Центр», которые являются существенными и влияют на итоговые полученные результаты: отсутствие методологической части, в которой в полной мере раскрываются основные понятия исследования и способы их операционализации; отсутствие ссылок на научную методическую и методологическую литературу, обосновывающих указанные положения отчета; отсутствие указания способа верификации полученных данных; отсутствие описания программы проведенного исследования, что наряду с отсутствием полного описания методологии исследования является его серьезным недостатком; отсутствие описания принципа формирования выборки; отсутствие обоснования целевой группы; обширная критика анкетных вопросов и т.д.

С дополнениями к возражению были представлены следующие документы:

37. Рецензия Лаборатории социологической экспертизы ФНИСЦ РАН № 130-2024 от «19» июня 2024 г. на отчет АНО «ЛЕВАДА ЦЕНТР»;

38. Информация с официального сайта Министерства юстиции Российской Федерации о признании АНО «ЛЕВАДА-ЦЕНТР» иностранным агентом.

От правообладателя 14.08.2024 поступила корреспонденция следующего содержания:

- приведенные лицом, подавшим возражение, в письменных объяснениях и рецензии критические замечания не обоснованы и не свидетельствуют о наличии оснований для сомнения в репрезентативности, надежности и достоверности социологического исследования, проведенного АНО «Левада-Центр». Указанное подтверждается ответом на рецензию АНО «Левада-Центр».

С указанной корреспонденцией представлены следующие материалы:

39. Ответ АНО «ЛЕВАДА ЦЕНТР» на рецензию №130-2024 от 19.06.2024;

40. Пояснения относительно статуса иностранного агента.

На заседании коллегии, состоявшемся 23.08.2024, лицом, подавшим возражение, были уточнены требования в части несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, а именно указывалось на наличие однородности оспариваемых товаров 28 класса МКТУ «одежда для кукол; маски [игрушки]; маски карнавальные; маски театральные; перчатки бейсбольные; перчатки боксерские; перчатки для гольфа; перчатки для игр; перчатки для подачи [принадлежности для игр]; перчатки фехтовальные» и товаров 25 класса МКТУ противопоставленной регистрации.

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

С учетом даты (09.02.2022) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый выше 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

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

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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 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 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.

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.

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам. 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. 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. 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.

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

род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с пунктом 9 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные названию известного в Российской Федерации на дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака (статья 1492) произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или его фрагменту, без согласия правообладателя, если права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Положения настоящего пункта применяются также в отношении обозначений, сходных до степени смешения с указанными в нем объектами.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. Лицу, подавшему возражение, принадлежит исключительное право на товарный знак по свидетельству №862911, сходный, по его мнению, до степени смешения с оспариваемым товарным знаком. Кроме того, в возражении выражено мнение о том, что оспариваемый знак является сходным с произведением дизайна, права на которые принадлежат лицу, подавшему возражение. Более того, по мнению лица, подавшего возражение, товарный знак по свидетельству №883877 способен ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров. Изложенное позволяет признать индивидуального предпринимателя Кузнецова М.Е. заинтересованным в подаче настоящего возражения по приведенным выше правовым основаниям.

Оспариваемый товарный знак «» является комбинированным и состоит из словесного элемента «minimalini», выполненного оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита, над второй и четвертой буквами

«i» в словесном элементе «minimalini» вместо точек помещены стилизованные изображения цветов с пятью лепестками. Правовая охрана товарного знака действует в розовом, белом, синем, голубом, оранжевом цветовом сочетании в отношении товаров 16, 25, 28 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак «  » является комбинированным и состоит из словесного элемента «minimerini», выполненного оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита, над буквами «i» в словесном элементе «minimerini» вместо точек помещены стилизованные изображения цветов с тремя лепестками, от начальной буквы «m» и конечной буквы «i» отходят стилизованные изображения лепестков. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в розовом, белом, желтом, оранжевом, светло-зеленом, голубом цветовом сочетании в отношении товаров и услуг 25 и 35 классов МКТУ.

При рассмотрении возражения коллегия учитывала, что для определения сходства сопоставляемые знаки должны рассматриваться в целом. Различие в деталях не должно играть определяющей роли, так как следует учитывать, что потребитель, как правило, не имеет возможности сравнить два знака, а руководствуется общими впечатлениями, часто нечеткими, о знаке, виденном ранее. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

При сопоставлении сравниваемых знаков коллегия пришла к выводу об их сходстве в целом, которое было установлено на основе сходного зрительного впечатления производимого ими, а также близкого фонетического звучания словесных элементов “minimalini” и “minimerini”, входящих в состав оспариваемого и противопоставленного знаков.

Так, в частности, визуальное сходство знаков обусловлено близким графическим исполнением их словесных элементов, они исполнены строчными буквами латинского

алфавита, начертание отдельных графем близко («  » /

«  »). Обращает на себя внимание факт замены точек над буквой «i» стилизованным изображением цветка, что является фактором сближающим знаки визуально. При этом, различия в деталях (исполнение противопоставленного знака в

оригинальном цветовом сочетании, наличие в нем дополнительных графических элементов в виде лепестков и т.д.) не играют существенной роли и не способны опровергнуть вывод о сходном зрительном впечатлении, производимом знаками.

Что касается фонетического сходства, то словесные элементы “minimalini” и “minimerini” характеризуются наличием восьми тождественных букв (m, i, n, i, m, i, n, i), расположенных в одинаковой последовательности, которые образуют сходный при произношении звукоряд. Сравнимые словесные элементы различаются всего лишь двумя звуками (al / er), находящихся в средней редуцированной позиции, чего явно недостаточно для констатации различного звучания сравниваемых словесных элементов.

Анализ словарей основных европейских языков<sup>1</sup> показал отсутствие лексических значений у словесных элементов “minimalini” и “minimerini” сравниваемых знаков, в связи с чем нельзя провести их сравнение по семантическому критерию сходства. Восприятие потребителями сравниваемых знаков в значениях, приведенных в отзыве на возражение (образ маленькой ягоды малины, товары из шерсти мериносо, детеныш мериносо), не подтверждено. Таким образом, семантический фактор восприятия играет второстепенную роль при восприятии знаков.

Учитывая вышеизложенную информацию, следует констатировать высокую степень сходства оспариваемого и противопоставленного знаков, установленную на основе близости их фонетического и графического восприятия, при сниженном значении семантического критерия сходства и несмотря на незначительные отличия в деталях.

Товары 25 класса МКТУ «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеящиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне / платки шейные / шарфы; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее];

---

<sup>1</sup> см. <https://translate.academic.ru/minimalini/xx/ru/>, <https://translate.academic.ru/minimerini/xx/ru/>

комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки / платки головные; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для сна; меха [одежда]; митенки / перчатки без пальцев; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь гимнастическая; обувь пляжная; обувь спортивная; обувь; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда форменная; одежда; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные / пояса-шарфы; пояса-кошельки [одежда]; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры / свитера; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли комнатные; туфли; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы-трубы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадриллы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» оспариваемой регистрации идентичны или в высокой степени однородны по отношению к товарам 25 класса МКТУ «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее,

абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеящиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для сна; меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь; обувь гимнастическая; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда]; пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение];

рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; тубетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадриллы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» противопоставленной регистрации. Однородность данных видов товаров обусловлена тем, что они относятся к одним родовым группам – одежда (и ее части), обувь (и ее части), головные уборы. Упомянутые группы товары имеют совместные каналы реализации, круг потребителей, являются взаимодополняемыми товарами.

Вместе с тем, отсутствуют основания для признания однородными оспариваемых товаров 16 класса МКТУ «доски гравировальные; доски грифельные для письма; доски классные; доски наборные [полиграфия]; доски чертежные; доски, щиты для объявлений бумажные или картонные» по отношению к упомянутым в возражении услугам 35 класса МКТУ «прокат рекламных щитов; расклейка афиш; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; оформление витрин». По мнению коллегии, лица, которые осуществляют производство досок гравировальных, грифельных, классных, наборных, чертежных, а также досок и щитов для объявлений и являющиеся специализированными предприятиями по производству данных видов продукции, не предоставляют услуги по прокату щитов, расклейке афиш, прокату торговых стендов и стоек, оформлению витрин. Сравнимые виды деятельности не являются взаимодополняемыми и взаимозаменяемыми, не исходят от одного лица, а также не совпадают по родо-видовым признакам. Доказательств обратного материалы возражения не содержат.

Кроме того, коллегия считает неубедительными доводы лица, подавшего возражение, о наличии однородности между оспариваемыми товарами 28 класса МКТУ «одежда для кукол; маски [игрушки]; маски карнавальные; маски театральные; перчатки бейсбольные; перчатки боксерские; перчатки для гольфа; перчатки для игр; перчатки для подачи [принадлежности для игр]; перчатки фехтовальные» и противопоставленными товарами 25 класса МКТУ «одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для

гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки для лыжников; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные / пояса-шарфы; пояса-кошельки [одежда]; шляпы». Так, оспариваемые товары 28 класса МКТУ относятся к одежде для кукол, снаряжению спортивному защитному, инвентарю спортивному, праздничным аксессуарам. Одежда для кукол производится предприятиями, осуществляющими производство игрушек и реализуется в детских магазинах на полках с игрушками, спортивный инвентарь и спортивное снаряжение производятся соответствующими специализированными предприятиями и реализуются в спортивных магазинах, праздничные аксессуары производятся предприятиями, специализирующимися на товарах для праздника и реализуются в специализированных магазинах и отделах с праздничной атрибутикой, следовательно, все вышеупомянутые виды товаров не являются взаимозаменяемыми и взаимодополняемыми с одеждой, обувью, головными уборами ввиду того, что имеет специализированное назначение и условия применения. Что касается шляп для праздников, то данные виды товаров продаются в отделах для карнавалов, маскарадов, в специализированных отделах магазинов для праздников, данный вид товара также не является сопутствующим с товарами 25 класса МКТУ оспариваемой регистрации, не имеет с ними одинакового назначения. Таким образом, упомянутые сравниваемые виды товаров 25 и 28 классов МКТУ имеют различные цели применения, условия реализации, не являются взаимодополняемыми, взаимозаменяемыми. Следует согласиться с правообладателем в том, что сравниваемые товары имеют свои особенности, различное функциональное назначение, в связи с чем их нельзя признать однородными.

В отношении анализа однородности товаров и услуг, для которых оспаривается правовая охрана товарному знаку по свидетельству №883877 и в отношении которых зарегистрирован противопоставленный знак по свидетельству №862911, коллегия учитывала, что вероятность смешения сравниваемых знаков определяется исходя из степени их сходства и степени однородности товаров и услуг. При этом, смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда). В рассматриваемом случае была установлена высокая степень сходства

сравниваемых знаков, а также высокая степень однородности товаров 25 класса МКТУ, что может привести к высокой вероятности смешения данных товаров, маркированных сравниваемыми знаками, в гражданском обороте. При этом, наличие сходства знаков при отсутствии однородности оспариваемых товаров 16 и 28 классов МКТУ применительно к противопоставленным товарам 25 класса МКТУ, исключает риск смешения данных товаров.

Таким образом, коллегия приходит к выводу о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех товаров 25 класса МКТУ.

В рамках подтверждения довода о наличии сходства сравниваемых знаков лицом, подавшим возражение, представлен социологический опрос потребителей одежды, проведенный посредством платформы «Яндекс.Взгляд» ([surveys.yandex.ru](https://surveys.yandex.ru)) в период 31.03.2024-01.04.2024 (27). Упомянутый опрос проведен среди 530 пользователей упомянутой платформы (514 анкет было завершено). Согласно представленному исследованию, на дату опроса 63,2% респондентов полагали оспариваемый и противопоставленный знаки сходными по звучанию, 44% опрошенных усматривали их сходство по внешнему виду, 51,9% ответивших воспринимали их как сходные по смысловому критерию. Представленный опрос содержит также ретроспективные сведения, относящиеся к любому дню в 2022 году, например, 09 февраля (см. ID23, ID18, ID17, ID19), согласно которым 70,8% респондентов указали на их сходство по звучанию, 52,4% - на сходство по внешнему виду и 55,9% - сходство по смысловому критерию восприятия. Кроме того, согласно опросу большинство респондентов (58,9% на дату опроса, 55,4% на ретроспективную дату) полагают, что оспариваемый и противопоставленный знаки ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия. При этом, коллегией принято во внимание, что при оценке результатов социологического исследования необходимо учитывать, что согласно постановлению Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.07.2006 N 3691/06 наличие у 20% и более процентов респондентов мнения о существовании сходства до степени смешения между товарными знаками подтверждает вероятность их смешения потребителями. В данном случае количество потребителей, которые указали на наличие сходства между спорным товарным знаком и товарным знаком, лица, подавшего возражение, значительно превышает 20%.

Правообладателем представлена критика (35) вышеупомянутого опроса, отраженная в рецензии ВЦИОМ. Согласно представленному документу, в социологическом опросе (27) не приведены цели, задачи исследования, не ясна целевая выборка респондентов. Правообладатель указывает также на отсутствие вопроса о географии опрошенных респондентов, незначительность количества опрошенных лиц. Помимо прочего, указывается на невозможность распространения результатов исследования на товары, относящиеся к 16 и 28 классам МКТУ.

Вместе с тем, по мнению коллегии, представленное исследование позволяет установить мнение респондентов о наличии / отсутствии сходства сравниваемых знаков, поскольку содержит вопросы, которые необходимы для установления соответствующих выводов, а именно респондентам задаются вопросы о наличии сходства знаков (в том числе, о наличии фонетического, семантического, визуального критериев сходства), а также о возможности их ассоциирования между собой в целом, что соответствует тем критериям, на основе которых устанавливается сходство знаков.

Что касается количества респондентов, среди которых было проведено исследование (530 человек, завершенных анкет - 514), то согласно Информационной справке Суда по интеллектуальным правам<sup>2</sup>, количество респондентов в выборке не влияет на ее репрезентативность, но должно быть статистически значимым. Согласно профессиональным стандартам, принятым в социологии, для большинства случаев объем выборки устанавливается между минимальным пределом в 400 человек и максимальным пределом в 2000 человек. Таким образом, представленная в опросе выборка признается достаточной для целей соответствующего исследования.

Относительно произведенной выборки следует отметить, что согласно она была отфильтрована потребителями одежды (согласно пояснениям лица, подавшего возражение, таргетинг был установлен через фильтр интересы – одежда). При этом, в целях распределения выборки по социально-демографическим характеристикам был задан вопрос-фильтр №1 о возрасте респондентов, который не допускал к ответу на остальные вопросы лиц, моложе 18 лет, кроме того, присутствовал вопрос и о гендерной принадлежности.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия приходит к выводу о том, что, несмотря на отдельные недостатки исследования (27), данный опрос отражает мнение определенной

---

<sup>2</sup> Информационная справка о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков, утвержденная постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 № СП-21/15

группы потребителей относительно сходства сравниваемых товарных знаков по семантическому, фонетическому и визуальному признакам сходства.

Коллегией также был принят во внимание представленный правообладателем отчет по результатам исследования «Восприятие обозначения «» (товарный знак по свидетельству №883877) и обозначения «» (товарный знак по свидетельству №862911), проведенный АНО «ЛЕВАДА-ЦЕНТР» (36). При этом, коллегия учла и рецензию на отчет АНО «Левада Центр», подготовленную Лаборатории социологической экспертизы ФНИСЦ РАН (37), согласно которой в представленном правообладателем отчете не указана интернет-панель, на основе которой был проведен соответствующий опрос, не ясно, как проводилась операционализация эмпирических результатов. Кроме того, респондентам не раскрываются такие понятия как «восприятие», «смещение», в связи с чем им неверно могут быть истолкованы задаваемые вопросы. Опрос респондентов происходил в городах с численностью более 1 миллиона человек, следовательно, те лица, которые проживают в городах с меньшей численностью, не были опрошены и выборка является смещенной в пользу респондентов из городов с высоким уровнем населения. При этом, верным было бы установление мнения среднего российского потребителя, проживающего в различных городах Российской Федерации. Следует отметить также, что в ответе АНО «Левада Центр» (39) на рецензию упомянутые недостатки никак не опровергнуты. Кроме того, следует отметить, что несмотря на данные недочеты из опроса все-таки следует, что 10% респондентов на дату опроса и на ретроспективную дату полагают, что сравниваемые знаки являются сходными между собой в целом, 9% ответивших на дату опроса (10% ответивших на ретроспективную дату) полагают, что данные знаки сходны по смыслу, 12% опрошенных на дату опроса (10% опрошенных на ретроспективную дату) полагают, что знаки сходны по звучанию, 13% респондентов на дату опроса (11% респондентов на ретроспективную дату) считают сравниваемые знаки сходными по внешнему виду.

Возражение мотивировано также несоответствием товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Сам по себе товарный знак по свидетельству №883877 не содержит сведений, которые бы являлись ложными или вводящими потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

Вместе с тем, 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 предшествующего опыта.

В рамках изложенного довода лицом, подавшим возражение, были представлены документы (11-13, 31-34), совокупность которых не позволяет коллегии признать несоответствие произведенной регистрации требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса по следующим причинам.

Согласно договору (11) лицо, подавшее возражение, является заказчиком трикотажной продукции, однако, анализ данного договора не позволяет установить, какое количество товара было произведено по заказу индивидуального предпринимателя Кузнецова М.Е.

Материалы возражения содержат лишь незначительное количество документов, отражающих реализацию товаров лицом, подавшим возражение (12), его контрагентам, при этом, данные материалы не позволяют установить широкую географию и длительность распространения соответствующих товаров. Следует отметить также, что реализация продукции осуществлялась в период предшествующий дате приоритета оспариваемого знака всего лишь на полгода, чего явно недостаточно для доказывания вероятности введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров.

Что касается фотографий продукции (13), то их невозможно соотнести с лицом, подавшим возражение, а также на них отсутствует дата производства и реализации данных товаров, невозможно установить объемы реализации соответствующей продукции.

Материалы (31-34) не содержат противопоставленный знак. Отчет о товарах, переданных на комиссию (34) представлен в отношении периода 01.01.2022-25.03.2024, то есть большая часть указанного периода выходит за дату приоритета оспариваемого знака, при этом, невозможно установить, какая информация относится к периоду до даты приоритета товарного знака, кроме того, указанный документ не подтверждает дальнейшее введение товаров в гражданский оборот.

Что касается представленного лицом, подавшим возражение, исследования (27), то оно никак не подтверждает соответствующий довод данного лица, в нем отсутствуют необходимые и достаточные сведения о высокой степени известности противопоставленного знака, о высокой вероятности восприятия оспариваемого товарного

знака как относящегося исключительно к лицу, подавшему возражение, в данном вопросе отсутствуют вопросы о стойкой ассоциативной связи между оспариваемым знаком и иным производителем товаров, нежели чем правообладатель.

Материалы о фактическом использовании оспариваемого знака (22) также не подтверждают возможные ассоциации, вызываемые данным знаком.

Резюмируя всю вышеизложенную информацию, коллегия приходит к выводу о том, что материалов возражения недостаточно для вывода о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров. Так, лицом, подавшим возражение, не представлено документов, подтверждающих высокие объемы реализованной продукции под обозначением «minimalini», а также широкую географию их распространения. Возражение не содержит материалы, отражающие затраты на рекламу продукции лица, подавшего возражение, экспонирование данной продукции на выставках. В том числе, возражение не содержит материалов, содержащих однозначные выводы об осведомленности средним российским потребителем о лице, подавшем возражение, как лице изготавливающим и реализующим товары, идентичные или однородные товарам, содержащимся в перечне оспариваемой регистрации, в связи с чем существовала бы принципиальная возможность восприятия оспариваемых товаров 25 класса МКТУ товарного знака по свидетельству №883877, как относящихся к индивидуальному предпринимателю Кузнецову М.Е. Материалов, свидетельствующих о производстве лицом, подавшим возражение, товаров 16 и 28 классов МКТУ представлено не было, следовательно, предпосылок для ведения потребителя в заблуждение в отношении производителя данных видов товаров, не имеется.

Таким образом, отсутствуют основания для признания товарного знака по свидетельству №883877 не соответствующим требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В возражении и дополнениях к нему содержится довод о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 9 статьи 1483 Кодекса ввиду того, что оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с произведением искусства

«», исключительные авторские права на которые принадлежат лицу, подавшему возражение.

В рамках изложенных доводов лицом, подавшим возражение, представлен договор авторского заказа от 02.09.2021 (6), согласно которому автор (Кудрявцева Е.И.) обязуется

создать произведение и передать его заказчику (Кузнецову М.Е. (лицо, подавшее возражение), при этом, исключительные права на произведение, а также на любые доработки, черновые версии произведения, созданные в ходе исполнения автором обязательств по данному договору, отчуждаются заказчику в полном объеме. Материалы возражения содержат техническое задание к вышеупомянутому договору, согласно которому в логотип необходимо интегрировать слово «minimerini», выполненное оригинальными шрифтами, акт приема-передачи произведения, материалы переписки с обсуждением создаваемого логотипа, а также чек на оплату услуг.

В свою очередь правообладателем представлены материалы о том, оспариваемое обозначение было разработано трудом Федотовой М.В. в рамках договора (14). Исключительные права на рассматриваемое обозначение были переданы от автора к лицу, подавшему возражение, на основании акта сдачи – приемки (14). Материалы отзыва содержат распечатку информации о датах создания и изменения файлов автором, а также материалы электронной переписки, отражающей этапы создания произведения. С учетом вышеизложенного, правообладатель полагает, что отсутствуют основания для вывода о нарушении оспариваемым знаком исключительных авторских права лица, подавшего возражение, поскольку оспариваемый товарный знак был разработан самостоятельным независимым порядком в рамках представленного правообладателем договора (14).

Таким образом, каждая из сторон спора заявляет о наличии авторских прав на принадлежащие им произведения искусства, воплощенные в оспариваемом и противопоставленном знаках. При этом, лицо, подавшее возражение, настаивает на факте заимствования и переработки принадлежащего ему объекта авторского права правообладателем.

В рамках вышеизложенного следует отметить, что установление фактов переработки и заимствования объекта авторского права не относится к компетенции коллегии, данные вопросы подлежат разрешению в судебном порядке.

С учетом вышеизложенного, у коллегии отсутствуют основания для удовлетворения возражения в рамках его несоответствия требованиям пункта 9 статьи 1483 Кодекса.

Относительно довода возражения о том, что действия правообладателя представляют собой акт недобросовестной конкуренции, следует отметить, что данное утверждение лица, подавшего возражение, не было подтверждено решением компетентного (антимонопольного или судебного) органа. В этой связи необходимо

отметить, что установление наличия факта недобросовестной конкуренции также не относится к компетенции Федеральной службы по интеллектуальной собственности.

Резюмируя всю вышеизложенную информацию, коллегия усматривает отсутствие оснований для удовлетворения возражения в связи с несоответствием произведенной регистрации пунктам 3 и 9 статьи 1483 Кодекса. При этом, коллегия пришла к выводу об убедительности доводов возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака пункту 6 статьи 1483 Кодекса в рамках его сходства с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №862911 в отношении однородных товаров 25 класса МКТУ.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 15.10.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №883877 недействительным в отношении всех товаров 25 класса МКТУ.**