


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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 27.02.2024 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 861701, поданное ООО «Олтайм», Московская обл., г. Дубна (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.




Регистрация оспариваемого товарного знака «» с приоритетом от 11.08.2020 по заявке № 2020742921 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 01.04.2022 за № 861701. Товарный знак зарегистрирован на имя Публичного акционерного общества «Сбербанк России», Москва (далее – правообладатель), в отношении товаров и услуг 01-45 классов МКТУ, перечисленных в перечне свидетельства.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 27.02.2024, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 861701 произведена в нарушение требований, установленных пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса. Доводы возражения сводятся к следующему:



- регистрация товарного знака № 861701 нарушает подпункт 1 пункта 3 статьи 1486 Кодекса, поскольку он способен вводить потребителей в заблуждение относительно товара или его изготовителя;

- ООО «Олтайм» имеет законный интерес в подаче возражения, поскольку с 2010 года активно использует графическое обозначение «», с которым сходен оспариваемый товарный знак, для индивидуализации своих товаров и услуг, в связи с чем предоставление правовой охраны спорному товарному знаку нарушает права и законные интересы лица, подавшего возражение;

- черно-белый вариант обозначения («») используется лицом, подавшим возражение, наравне с цветным вариантом и в иных случаях, например, на страницах веб-сайта лица, подавшего возражение, в сети Интернет <https://www.alltime.ru/>, <https://www.alltime.ru/about/discount/>;

- оспариваемый товарный знак по свидетельству № 861701 сходен до степени смешения с графическим обозначением, используемым ООО «Олтайм», что подтверждается результатами социологического опроса, проведенного с 20.12.2020 по 28.01.2021;

- сходство названных обозначений следует также из решений Роспатента по заявкам № 2021705265 и № 2021748111, а также уведомления о результатах проверки соответствия обозначения по заявке № 2023712857 требованиям законодательства;



- лицо, подавшее возражение, представляет отчет по исследованию общественного мнения относительно сходства обозначений «» и «», а также возможности введения потребителей в заблуждение относительно поставщика услуг, соответствующие результаты справедливы и для настоящей спорной ситуации;

- различительную способность ранее зарегистрированных и использовавшихся правообладателям товарных знаков нельзя распространять на различительную

способность оспариваемого товарного знака, поскольку оспариваемый товарный знак имеет гораздо большее сходство с графическим обозначением лица, подавшего возражения, чем с предыдущими товарными знаками правообладателя;

- оспариваемый товарный знак способен ввести потребителей в заблуждение относительно источника происхождения услуг 35 класса МКТУ, поскольку потребители могут ошибочно считать, что товары или услуги, обозначенные спорным знаком, имеют отношение к ООО «Олтайм»;

- ООО «Олтайм» осуществляет реализацию часов, ювелирных изделий и аксессуаров с использованием своего графического обозначения задолго до даты приоритета спорного товарного знака (11.08.2020), что указывает на длительное и добросовестное использование товарного знака и должно быть учтено при рассмотрении возражения;

- для подтверждения известности потребителям обозначений «» и «» лицо, подавшее возражение, представляет сведения и сети Интернет, протоколы осмотра от 02.03.2021, 03.03.2021, 13.02.2021 сведения о договорах заключенных ООО «Олтайм» и ИП В.В. Саванеевым, являющимся учредителем ООО «Олтайм» и администратором сайта AllTime.RU, а также аналитический отчет о результатах опроса мнения потребителей, более трети из которых на момент опроса и около пятой части на период с начала 2019 года знали обозначение лица, подавшего возражение, в качестве средства маркировки услуг.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 861701 недействительным на основании подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ: «реклама; демонстрация товаров; рассылка рекламных материалов; обновление рекламных материалов; распространение образцов; продажа аукционная; публикация рекламных текстов; радиореклама; реклама телевизионная; аренда площадей для размещения рекламы; продвижение продаж для третьих лиц; реклама интерактивная

в компьютерной сети; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; управление процессами обработки заказов товаров; маркетинг; маркетинг целевой; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; оформление рекламных материалов; управление потребительской лояльностью».

Свои доводы лицо, подавшее возражение, основывает на следующих материалах:

1. Распечатка сведений в отношении товарного знака по свидетельству № 861701.

2. Копия выписки из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Олтайм».

3. Выдержка из заключения исследовательской организации № 05-2021 от 29.01.2021 по результатам социологического опроса, проведенного с 20.12.2020 по 28.01.2021.

4. Копия решения Роспатента по заявке № 2021705265.

5. Копия решения Роспатента по заявке № 2021748111.

6. Копия уведомления о результатах проверки соответствия заявленного обозначения по заявке № 2023712857 требованиям законодательства.

7. Копия аналитического отчета по итогам изучения мнения потребителей товаров (покупателей ювелирных изделий, часов) относительно сходства обозначений, а также возможности введения потребителей в заблуждение относительно продавца товаров / поставщика услуг, составленного по результатам опроса, проведенного с 20.08.2021 по 24.08.2021.

8. Скриншоты с сайтов <https://www.alltime.ru/about/>; <https://www.alltime.ru/>.

9. Выдержка из протокола осмотра от 02.03.2021.

10. Копия протокола осмотра от 03.03.2021 информации, находящейся на сайте <https://metrika.yandex.ru/>.

11. Распечатка сведений о посещаемости сайта <https://www.alltime.ru>.
12. Сведения сайта <https://infoselection.ru/>.
13. Сведения сайта ресурса <https://ardo.ru/>.
14. Копии договоров, дополнительных соглашений, актов сдачи-приемки об услугах, оказанных лицу, подавшему возражение, 2013, 2014 гг.
15. Сведения о доходах и копии налоговых деклараций ООО «Олтайм» и ИП Саванеева В.В., 2011 – 2019 гг.
16. Выписка из ЕГРИП в отношении ИП Саванеева В.В.
17. Копия справки (свидетельства) от регистратора доменных имен об администраторе (владельце) доменного имени второго уровня alltime.ru.
18. Результаты выдачи поисковой системы по запросу «AllTime».
19. Скриншоты страниц в социальных сетях, сервисе видеохостинга.
20. Скриншоты отображения входящих писем пользователя электронной почты.
21. Скриншот об отзывах о магазине AllTime.RU с 2001 г.
22. Скриншоты публикаций социальных сетей, сервиса видеохостинга и поисковых результатов, включающих графические изображения.
23. Скриншот статьи о знаке правообладателя.
24. Выдержка из заключения исследовательской организации № 06-2021 от 29.01.2021 по результатам социологического опроса, проведенного с 20.12.2020 по 28.01.2021.
25. Сведения об администраторах доменных имен «sbermarket.ru», «sbershop.ru», «spasibosberbank.ru».
26. Выдержка из протокола осмотра от 13.02.2021 информации на сайтах spasibosberbank.ru, sbershop.ru, alltime.ru.
27. Копия договора ИП Саванеева В.В. об оказании ему услуг в рамках программы лояльности.
28. Копия аналитического отчета об исследовании известности обозначения среди потребителей (покупателей ювелирных изделий, часов), составленного по результатам опроса, проведенного с 20.08.2021 по 24.08.2021.

Правообладатель, в установленном порядке ознакомленный с поступившим возражением, представил отзыв по его мотивам, в котором привел следующие доводы:

- в возражении не содержится доказательств использования спорного обозначения в хозяйственной деятельности лицом, подавшим возражение, до даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- лицо, подавшее возражение, не предоставило достаточных доказательств возникновения у потребителей стойкой ассоциативной связи между изобразительным элементом товарного знака по свидетельству № 710811 и услугами 35 класса МКТУ;

- доводы о возможности смешения товарных знаков приводятся без учета доминирующего положения словесного элемента «AllTime.RU» в составе комбинированного товарного знака лица, подавшего возражение;

- из протокола осмотра от 02.03.2021 усматривается, что изобразительный элемент («часики») использовался совместно со словесным элементом «AllTime.RU»;

- словесное обозначение «AllTime.RU» использовалось как средство адресации (доменное имя) интернет-сайта, основного инструмента коммуникации с потребителями;

- доказательства использования изобразительного элемента отдельно от словесного до даты приоритета оспариваемого товарного знака отсутствуют;

- изображение «часики» не использовалось для индивидуализации услуг 35 класса МКТУ отдельно от словесного элемента;

- Суд по интеллектуальным правам в деле № СИП-259/2021 подтвердил доминирующее положение словесного элемента в составе товарного знака лица, подавшего возражение;

- согласно отчету исследовательской организации, представленному с возражением, изобразительное обозначение «часики» не обладало значимой известностью среди потребителей до даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- проведенные по инициативе правообладателя опросы социологической организации показали, что не более 6 % респондентов узнали обозначение в виде часиков в качестве средства индивидуализации услуг в области рекламы и продвижения товаров;

- изобразительный элемент не пользовался лицом, подавшим возражение, самостоятельно на дату приоритета оспариваемого товарного знака;

- решением Роспатента от 26.07.2022, принятым в отношении возражения того же лица против предоставления правовой охраны товарного знака правообладателя по свидетельству № 749224, в результате исследования материалов, идентичных приложенных к данному возражению, не установлено обстоятельств, свидетельствующих о возникновении и сохранении у потребителей услуг 35 класса МКТУ стойкой ассоциативной связи между изобразительным элементом товарного знака лица, подавшего возражение (в отрыве от словесного элемента), и услугами данного лица;

- оспариваемый товарный знак является продолжением серии многочисленных товарных знаков правообладателя, базирующихся на изобразительном товарном знаке, признанным общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком;

- Роспатентом ранее было отказано в регистрации товарных знаков по заявкам № 2021705265 и № 2021748111, при этом в решениях не содержится выводов о сходстве этих обозначений с товарным знаком по свидетельству № 710811;

- ссылка лица, подавшего возражение, на уведомление о результатах проверки соответствия заявленного обозначения по заявке № 2023712857 требованиям законодательства, не содержащее доказательств применения обозначения до даты приоритета оспариваемого товарного знака, не подтверждает доводы лица, подавшего возражение;

- нет доказательств возникновения и сохранения стойкой ассоциативной связи между изобразительным элементом товарного знака по свидетельству № 710811 и лицом, подавшим возражение, как источником оказания услуг 35 класса МКТУ.

На основании изложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения ООО «Олтайм» полностью.

С отзывом представлены следующие материалы:

29. Копия решения Роспатента по заявке № 2019724957.

30. Копия решения Суда по интеллектуальным правам по делу № СИП-259/2021.

31. Копия решения Суда по интеллектуальным правам по делу № СИП-973/2022.

32. Копия отчета социологической организации по результатам исследования, проведенного 18.05.2021 – 23.05.2021.

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

С учетом даты (11.08.2020) подачи заявки на регистрацию 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 подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42 – 44 Правил.


Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов. Признаки, указанные в пункте 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

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

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

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






Оспариваемый товарный знак «» по свидетельству № 861701 (приоритет от 11.08.2020) является изобразительным, представляет окружность с разрывом в правой верхней части, внутри которой помещена ломаная линия, выполненная в виде стилизованной галочки. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 01 – 45 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации.

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

Данная норма не конкретизирует понятия «заинтересованное лицо» и в то же время не содержит ограничений по видам заинтересованности. Заинтересованность в оспаривании правовой охраны товарных знаков оценивается исходя из конкретных оснований, заявленных в возражении (соответствующий подход содержится в Определении Верховного Суда Российской Федерации от 11.11.2020 № 300-ЭС20-12511 по делу № СИП-819/2018).

Согласно выписке из ЕГРЮЛ (2) основным видом деятельности лица, подавшего возражение, является торговля розничная прочая вне магазинов, палаток, рынков, что относится к родовой группе услуг продвижения товаров третьих лиц, то есть услуг 35 класса МКТУ. ООО «Олтайм» иллюстрирует осуществление им деятельности по продвижению товаров, относящихся к 14 классу МКТУ, посредством сведений налоговых деклараций (15), а также публикаций сайтов в сети Интернет (8, 18, 19, 22), где размещаются комбинированные и изобразительные

обозначения «», «», «», «», «»,

«», «», «», содержащие / представляющие собой изобразительный элемент в виде циферблата часов. По мнению обратившегося с

возражением лица, соответствующий графический элемент приобрел узнаваемость как средство индивидуализации услуг ООО «Олтайм», в связи с чем регистрация на имя иного лица оспариваемого товарного знака для услуг 35 класса МКТУ способна вести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги.

Заинтересованность ООО «Олтайм» в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 861701, правообладателем под сомнение не ставилась.

Вместе с тем коллегия обращает внимание на то, что требования лица, подавшего возражение, касающиеся признания недействительности регистрации № 861701 в отношении услуг, отсутствующих в перечне соответствующего свидетельства (информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; оформление рекламных материалов), не подлежат рассмотрению.

Анализ соответствия оспариваемого товарного знака требованиям законодательства в связи с мотивами возражения в отношении услуг 35 класса МКТУ «реклама; демонстрация товаров; рассылка рекламных материалов; обновление рекламных материалов; распространение образцов; продажа аукционная; публикация рекламных текстов; радиореклама; реклама телевизионная; аренда площадей для размещения рекламы; продвижение продаж для третьих лиц; реклама интерактивная в компьютерной сети; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; управление процессами обработки заказов товаров; маркетинг; маркетинг целевой; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; управление потребительской лояльностью» показал следующее.

Мотивом поданного возражения является довод о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, в связи с длительным и интенсивным использованием сходного обозначения лицом, подавшим возражение.

Лицо, подавшее возражение, просит установить данный факт на основании практики, подтверждаемой решением Роспатента по заявке № 2023712857. В связи с данной позицией ООО «Олтайм» коллегия поясняет, что соответствующий акт не имеет отношения к рассматриваемому спору, так как касается заявки иного лица, не представлявшего каких-либо возражений относительно доводов уведомления.

Для того чтобы можно было сделать вывод о возможности введения среднего российского потребителя конкретных товаров в заблуждение ввиду того, что конкретное обозначение используется иным изготовителем, должно быть установлено, как минимум, что:

- этот изготовитель использует конкретное обозначение в Российской Федерации;

- это используемое обозначение среднему российскому потребителю, по крайней мере, известно (см. акты Суда по интеллектуальным правам по делам №№ СИП-96/2018, СИП-546/2014, СИП-547/2014, СИП-548/2014, СИП-451/2017).


Таким образом, нуждаются в установлении вероятные ассоциативные связи средних потребителей – адресатов конкретных товаров – в отношении конкретного обозначения.

Вместе с тем, лицо, подавшее возражение, не доказало факт длительного и интенсивного использования для индивидуализации услуг 35 класса МКТУ ранее


11.08.2020 как отдельно противопоставляемого обозначения «  », так и его

черно-белого отображения «  », по следующим причинам.

Визуальными источниками, демонстрирующими использование ранее

11.08.2020 противопоставляемого обозначения «  », его вариантов исполнения

«  », «  » и комбинации с иными элементами («  AllTime.RU »,

«  AllTime.RU ») являются публикации в сети Интернет, а именно, архивные копии страниц социальных сетей (22). Выдержка из протокола осмотра

архивных страниц сайта www.alltime.ru от 02.03.2021 (9) представлена без приложений, что не позволяет установить вид и характер использованных графических обозначений в исследуемый период.


Распечатка об отзывах (21), договоры и акты (14), а также архивные копии страниц социальных сетей (22) подтверждают функционирование сайта alltime.ru, являющегося «ресурсом» ООО «Олтайм» (см. пункт 1 дополнительного соглашения от 17.03.2017 к договору № 622-130918 от 01.05.2016), в период, предшествующий дате подаче заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака. Также продемонстрированы сведения об 1971 заказе клиентов ООО «Олтайм», оформленном через сайт (см. во взаимосвязи акт от 31.01.2014 и пункт 4.1 договора № 622-130918 от 18.09.2023) за период с 01.01.2014 по 31.01.2014.

Осуществление транзакций через сайт клиентами ООО «Олтайм» может быть квалифицировано в качестве оказания услуг Интернет-торговли, то есть услуг, однородных по роду (продвижение товаров), кругу потребителей и признаку взаимодополняемости оспариваемым услугам «реклама; демонстрация товаров; рассылка рекламных материалов; обновление рекламных материалов; распространение образцов; продажа аукционная; публикация рекламных текстов; радиореклама; реклама телевизионная; аренда площадей для размещения рекламы; продвижение продаж для третьих лиц; реклама интерактивная в компьютерной сети; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; управление процессами обработки заказов товаров; маркетинг; маркетинг целевой; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; управление потребительской лояльностью» 35 класса МКТУ.

Коллегия поясняет, что из названных материалов действительно усматривается, что ООО «Олтайм» осуществляло свою деятельность через сайт alltime.ru ранее 11.08.2020. Вместе с тем объем такой деятельности и ее длительность вследствие непрерывности с 2014 года не продемонстрированы.

Сведения налоговых деклараций представлены в общем виде и не позволяют соотнести имеющиеся в них данные о доходах юридического лица и индивидуального предпринимателя во взаимосвязи с использованием какого-либо определенного обозначения. В свою очередь, визуальные источники демонстрируют несколько разных вариантов исполнения (приведены выше), что обуславливает необходимость определить, какой именно обозначение длительные интенсивно использовалось лицом, подавшим возражение, в период предшествующий дате приоритета оспариваемый товарного знака.



Следует отметить, что черно-белый вариант изображения часов («»), вопреки доводам возражения, в представленных визуальных источниках не встречается. Возникновение ситуации, когда потребитель привык к использованию разных вариантов одного и того же обозначения настолько, что его цветовое решение или особенности графики утратили решающее значение для идентификации источника оказания услуг, маркированных данным обозначением, в настоящем деле установлено быть не может в силу отсутствия соответствующих доказательств.


Наиболее частым вариантом обозначения, использованного в названных ретроспективных источниках, является стилизованное изображение часов в синем цвете, сопровождаемое словесным элементом «AllTime» или «AllTime.RU».

Демонстрации скриншотов отображения входящих писем пользователя электронной почты (20), сайта alltime.ru в сети Интернет (8), а также на страницах социальных сетей в предшествующей дате подачи возражения период, не могут быть приняты во внимание в качестве подтверждения вида используемого ранее 11.08.2020 обозначения, поскольку они не относятся к исследуемому периоду.

Вероятность ошибочного восприятия правообладателя товарных знаков усиливается ввиду их длительного и активного использования и, как следствие, достаточной известности товарного знака широкому кругу потребителей подобного рода товаров. Вместе с тем фактических доказательств, иллюстрирующие длительные активное использование противопоставляемого обозначения и

появление известности его широкому кругу потребителей услуг 35 класса МКТУ не представлено.

Относительно позиции лица, подавшее возражение, о том, что возникновение названных обстоятельств подтверждается результатами проведенных по его инициативе социологических опросов, коллегия установила следующее.


Согласно представленной копии аналитического отчета об исследовании известности обозначения «  » среди потребителей (покупателей ювелирных изделий, часов), составленного по результатам опроса, проведенного с 20.08.2021 по 24.08.2021 (28), 57 % потребителей соотносят данное изображение со средством маркировки часов, что является очевидным вариантом, так как следует из композиции и смыслового содержания графического элемента. В свою очередь, варианты, связанные с оспариваемыми услугами 35 класса МКТУ (Интернет-магазин, магазин круглосуточный), были зафиксированы лишь незначительным количеством респондентов: 3,2 % назвали «ИТ/Интернет-магазины», 1,2 % – «магазин круглосуточный/продукты/товары повседневного спроса», что сопоставимо с величиной погрешности (2,4 %). При этом в части возможности соотнести демонстрируемое обозначение с конкретной компанией половина респондентов затруднились с ответом (48 % на момент опроса и 50 % – в ретроспективном блоке вопросов).

Вместе с тем в отношении отчета (28) коллегия обращает внимание на не соответствующую настоящему рассмотрению адресную группу потребителей, принявших участие в опросе, что выразилось в отборе потребителей, покупавших часы или ювелирные изделия. Лицо, подавшее возражение, оспаривает предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 861701 в отношении услуг 35 класса МКТУ, просит признать известность используемого им обозначения для услуг по продвижению товаров третьих лиц, следовательно, выборка исследования, основанная на отборе респондентов-потребителями каких-либо определенных товаров, а не услуг магазинов, представляете некорректной. Кроме того, усматривается некорректность включения в выборку ретроспективного

блока исследования лиц, которым на соответствующий период времени не исполнилось 18 лет, что подтверждается линейным распределением ответов того же числа опрошенных, что и для вопросов, относящихся к августу 2021 года. Одновременно отчет содержит противоречивые сведения об объеме выборки (1637 человек или 1837 человек – см. линейное распределение ответов).

Таким образом, результаты опроса потребителей, продемонстрированные в отчете аналитической организации (28), не могут быть положены в основу выводов, имеющих значение для настоящего спора.

Не может быть учтен и отчет (7) той же организации по итогам изучения мнения потребителей товаров (покупателей ювелирных изделий, часов) относительно сходства обозначений, а также возможности введения потребителей в заблуждение относительно продавца товаров / поставщика услуг, составленного по результатам опроса, проведенного с 20.08.2021 по 24.08.2021. Так, выбор респондентов осуществлялся на основе вопроса фильтра, который определял потребителей ювелирных изделий и часов, а не потребителей услуг Интернет-магазинов. При этом вопрос Т7 исследования связывает покупку часов и ювелирных

украшений с Интернет-магазином под обозначением «  », что дезориентирует потребителей относительно области применения обозначения. Более того, несмотря на заголовок отчета (7), исследование не содержало вопросов, направленных на определение вероятности заблуждения потребителей, возникновения у них стойкой связи оспариваемого или противопоставляемого обозначения. Ретроспективного блока вопросов исследование также не содержало. Названные недостатки обуславливают невозможность применения результатов такого исследования к настоящему рассмотрению.


Что касается заключений исследовательской организации № 05-2021 от 29.01.2021 (3) и № 06-2021 от 29.01.2021 (24), то они представлены с изъятием приложений, включая анкеты исследования (примеры анкетных вопросников), сведений о методике и географии исследования, в отсутствие которых анализ заключений (3, 24) не может быть полным и достоверным (см. Информационную

справку о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков, утвержденную постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 № СП-21/15).

Вместе с тем заголовки в заключении позволяют сделать вывод о том, что для проведения опроса выбраны потребители часов, хронометрических приборов и ювелирных украшений (14 класса МКТУ), услуг розничной интернет-торговли, рекламы (35 класс МКТУ) и банковских услуг (36 класс МКТУ).





Вместе с тем представленные в заключениях № 05-2021 от 29.01.2021 (3) и № 06-2021 (3) и № 06-2021 от 29.01.2021 (24) результаты не содержат сведений о мнении респондентов, связанном с возникающим у потребителей представлением об источнике происхождения услуг, маркированных оспариваемым или противопоставляемым товарным знаком. Очевидно, данные исследования не направлены на определение мнения потребителей по вопросам, имеющим определяющее значение для данного спора.

Таким образом, доказательств о возникновении и закреплении у российских потребителей услуг 35 класса МКТУ ассоциаций спорного товарного знака, либо противопоставляемого обозначения, сходство с которым вменяется, в материалы настоящего дела не представлено.




Что касается довода возражения о сходстве оспариваемого товарного знака и противопоставляемого обозначения в синем цвете «  », а также в черно-белом

исполнении «  », то коллегия отмечает следующее.



Как установлено ранее, лицом, подавшим возражение, продемонстрирована коммерческая деятельность только посредством сайта alltime.ru, следовательно, сопоставлению с оспариваемым товарным знаком могут подвергаться только обозначения, размещенные на этом сайте ранее 11.08.2020. Вместе с тем приложений к протоколу осмотра от 02.03.2021 сайта alltime.ru в исследуемый период не представлено.

В то же время коллегия учитывает сведения архивных копий страниц социальных сетей от 23.09.2012, 22.03.2015, 23.11.2018 (22), которые демонстрируют отсылающие к сайту alltime.ru публикации с использованием графического обозначения в розовом цвете («», «») и в синем цвете в комбинации с адресом сайта и иными словесными элементами (« AllTime.RU», « AllTime.RU»). Другие скриншоты сети Интернет не относятся к исследуемому периоду.

В отсутствие воспроизведения в оспариваемом товарном знаке упомянутых обозначений, коллегией оценивается возможность восприятия оспариваемого товарного знака как средства индивидуализации иного лица, посредством анализа степени их ассоциирования в целом.

Противопоставляемое в возражении обозначение «» включено в состав комбинированных обозначений « AllTime.RU», « AllTime.RU», где выполняет второстепенную роль, поскольку основным элементом таких обозначений является элемент «AllTime.RU», благодаря которому осуществляется запоминание их потребителями. Изобразительный элемент выполняет в них поясняющую функцию, поддерживая смысловой образ, создаваемый визуальным выделением словом «Time» / «AllTime», означающим «время» / «все время» (<https://translate.yandex.ru/>). В свою очередь, согласно пункту 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации учитывается сходство именно сильных элементов. Кроме того, исполнение элемента в виде циферблата часов отличается от исполнения оспариваемого товарного знака, восприятие которого в таком же качестве является неочевидным при впечатлении от него и не следует из описания знака (изобразительное обозначение, в котором внутри окружности с разрывом справа сверху изображена ломаная линия, выполненная в виде стилизованной галочки), что определяет отсутствие их ассоциирования в целом.



Обозначения «» и «» имеют иную форму, вид и смысловое содержание в сравнении с оспариваемым товарным знаком, не ассоциируются с ним в целом, благодаря разному общему зрительному впечатлению, на которое существенным образом влияют квадратная форма и двойной контур представленных изображений.

Таким образом, ни одно из обозначений, сведения о присутствии которого в сети Интернет ранее 11.08.2020 продемонстрировано материалами возражения, не ассоциируется с оспариваемым товарным знаком.

В отношении доводов возражения, касающихся оценки Роспатентом иных обозначений заявителя как сходных с товарами знаками правообладателя, то они не относятся к настоящему спору, поскольку каждое обозначение уникально, его охраноспособность оценивается исходя из того круга обстоятельств, которые относятся к соответствующей заявке. При этом лицом, подавшим возражение, не оспаривались соответствующие решения Роспатента в судебном порядке.

С учетом сказанного не может быть установлен ни один признак, требующийся для квалификации спорного товарного знака в качестве обозначения, способного вводить потребителей в заблуждение относительно иного лица, оказывающего услуги 35 класса МКТУ.

В отсутствие доказательств того, что оспариваемый товарный знак способен ассоциироваться у российских потребителей с услугами ООО «Олтайм» и / или услугами ИП Саванеева В.В., оказываемыми посредством сайта alltime.ru, коллегия признает соответствующие доводы обратившегося с возражением лица не обоснованными, а возражение не подлежащим удовлетворению.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 27.02.2024, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 861701.