

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ по результатам рассмотрения возражения

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 №56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520, рассмотрела возражение, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) 28.11.2018, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Ванда», Московская обл., г. Химки (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №646661, при этом установлено следующее.

Регистрация товарного знака по заявке №2017710906 с приоритетом от 24.03.2017 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 02.03.2018 за № 646661 в отношении услуг 35, 36, 38, 45 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), приведенных в перечне свидетельства, на имя Общества с ограниченной ответственностью «ЭкспертКонсалтинг», Ставропольский край, г. Ставрополь (далее – правообладатель).

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 646661 представляет собой



комбинированное обозначение , включающее словесные

элементы «ЦИТРУС», «CITRUS», выполненные один под другим буквами русского и латинского алфавитов, и изобразительные элементы в виде стилизованного изображения фрукта, расположенные слева от каждого словесного элемента.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 28.11.2018 поступило возражение против предоставления правовой охраны указанному товарному знаку, мотивированное его несоответствием требованиям, установленным пунктами 3(1), 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с коммерческим обозначением «CITRUS», исключительное право на которое у лица, подавшего возражение, возникло в 2012 году, т.е. ранее даты (24.03.2017) приоритета оспариваемого товарного знака;

- словесное обозначение «CITRUS» соответствует требованиям, предъявляемым действующим законодательством к коммерческим обозначениям, поскольку обладает различительной способностью в отношении оспариваемых услуг 35, 36 классов МКТУ (не является описательным) и используется лицом, подавшим возражение, в качестве принадлежащего ему предприятия (торговой галереи);

- за время своего существования (с 2012 года) Торговая галерея «CITRUS», расположенная в Московской области г. Химки, приобрела широкую известность благодаря широкой рекламной кампании, проводимой лицом, подавшим возражение. Так, информирование потребителей о функционировании крупной Торговой галереи «CITRUS» проводилось путем размещения информации о ней на рекламных конструкциях на улицах города, рекламы на общественном транспорте, распространением информации в сети Интернет, в рекламных буклетах и листовках; при проведении спортивных мероприятий, на федеральном канале «МАТЧ! НАШ СПОРТ!»;

- основным видом деятельности лица, подавшего возражение, является оказание услуг торгового комплекса;

- согласно ГОСТу Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» «Торговый комплекс – это совокупность торговых предприятий, реализующих

универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг, а также централизующих функции хозяйственного обслуживания торговой деятельности, таким образом из определения понятия «Торговый комплекс» следует какой перечень услуг оказывается на территории торгового комплекса;

- на территории Торговой галереи «CITRUS» работают различные магазины, торговые прилавки, что создает в сознании потребителя стойкую ассоциацию обозначения «CITRUS» с услугами по реализации товаров и услуг;

- таким образом, понятия «торговый комплекс» (торговая галерея) и конкретизирующее коммерческое обозначение, в данном случае - «CITRUS», неразрывно связаны в сознании потребителей с услугами в области торговли, которые относятся к услугам 35 класса МКТУ и являются однородными услугами, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, а именно: *«агентства по импорту-экспорту; выписка счетов; демонстрация товаров; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]»;*

- лицо, подавшее возражение, на территории торговой галереи «CITRUS» оказывает услуги по предоставлению в аренду помещений для размещения магазинов и различных салонов услуг. Данные услуги являются однородными следующим услугам 36 класса МКТУ оспариваемой регистрации, а именно:

*«агентства по операциям с недвижимым имуществом; аренда квартир; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; аренда финансовая; взыскание арендной платы; посредничество при операциях с недвижимостью; управление недвижимостью»;*

- лицо, подавшее возражение, на территории торговой галереи «CITRUS» также предоставляет услуги по размещению на фасаде здания и на территории торговой галереи «CITRUS» рекламного оборудования, рекламных вывесок магазинов, салонов, ресторанов и кафе третьих лиц. Данные услуги являются однородными следующим услугам 35 класса МКТУ *«агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; макетирование рекламы; маркетинг; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; оформление рекламных материалов; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги рекламные "оплата за клик"»;*

- сходство оспариваемого товарного знака и коммерческого обозначения «CITRUS» обусловлено полным вхождением обозначения «CITRUS», используемого лицом, подавшим возражение, в состав оспариваемого товарного знака;

- поскольку лицо, подавшее возражение, длительное время использует обозначение «CITRUS» в качестве средства индивидуализации - названия Торговой галереи, данное обозначение приобрело устойчивую ассоциативную связь с лицом, подавшим возражение, в связи с чем его регистрация на имя другого лица способна ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги.

С учетом изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №646661 недействительным в отношении следующих услуг:

- 35 класса МКТУ: *«агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; выписка счетов; демонстрация товаров; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; макетирование рекламы; маркетинг; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стенов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; управление процессами обработки заказов товаров; услуги*

*манекеничников для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами];*

*- 36 класса МКТУ: «агентства по операциям с недвижимым имуществом; аренда квартир; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; аренда финансовая; взыскание арендной платы; посредничество при операциях с недвижимостью; управление недвижимостью».*

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

1. Свидетельства о государственной регистрации права (объект права: многофункциональный торговый комплекс);
2. Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории городского округа Химки Московской области (№3727/8-вх от 27.07.2012);
3. Разрешения на установку и эксплуатацию средства размещения информации за №3658-вх от 04.08.2015);
4. Плана маркетинговых действий Торговой галереи «CITRUS» на апрель-июнь 2013г.;
5. Договор № 0581 от 06.07.2012 на изготовление и монтаж рекламной конструкции с баннером и приложения к нему;
6. Договор № 46 от 10.04.2013 на изготовление рекламных носителей (плакаты на самоклеющейся ленте и приложения к нему);
7. Договор № ВОС1673 от 10.12.2013 на изготовление информационных стендов и размещение на них рекламы и приложения к нему;
8. Договор № 1-2013 от 20.04.2013 на оказание рекламных услуг (разработка размещение рекламно-информационных материалов на транспорте) и приложения к нему;
9. Договор № 1303-13-02 от 13.03.2013 на размещение рекламных материалов на поверхности транспортных средств и приложения к нему;

10. Приложение «Коммерческое предложение по предоставлению рекламной кампании для ТЦ «CITRUS»;
11. Договор № 13/448 от 18.02.2013 (о размещении и производстве рекламы на поверхности транспортных средств) и приложения к нему;
12. Соглашения о сотрудничестве от 17.10.2016 (размещение рекламы на рекламных конструкциях, предматчевых программках; в общеобразовательных школах);
13. Договор об оказании услуг за №-1201354/NIC-D от 04.08.2011 (создание интернет-сайта);
14. Сведения о создании сайте лица, подавшего возражение, cit-rus.su;
15. Распечатки с сайта [www.cit-rus.su/](http://www.cit-rus.su/);
16. Распечатки из сети Интернет сведений о Торговой галерее «CITRUS»;
17. Договор №17/12 от 09.07.2012 (на обеспечение внутриобъектового режима на территории Торговой галереи «CITRUS») и приложение к нему;
18. Выборка договоров на оказание услуг (по предоставлению торгового места) за 2014- 2017 гг.;
19. Договор № 792AP/14 от 01.09.2014 (по предоставлению распределительной сети для размещения рекламно-информационных роликов);
20. Выборка договоров на предоставление мест для размещения рекламных конструкций за 2015-2017гг.;
21. Договор № 01-07/2014 от 29.07.2014 (на изготовление и монтаж световых LED-панелей) и приложения к нему;
22. Рекламный буклет «Торговая галерея «CITRUS» Предложение аренды».

В адрес правообладателя и его представителя 28.12.2018 в установленном порядке были направлены уведомления о дате заседания коллегии, назначенного на 14.03.2019. Уведомление, направленное представителю правообладателя, было возвращено в Роспатент. Вместе с тем, в материалах заявки имеются сведения о вручении (15.01.2019) уведомления, которое было направлено правообладателю (распечатки с сайта почты России «отслеживания почтовых отправок»). Однако на заседание коллегии правообладатель не явился и отзыв по мотивам поступившего возражения представлен не был.

Изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (24.03.2017) правовая база для оценки охраноспособности товарного знака по свидетельству №646661 включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015 за № 38572 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями подпункта 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 при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с требованиями пункта 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения, в частности, с охраняемым в Российской Федерации коммерческим обозначением (отдельными элементами такого обозначения), право на которое в Российской Федерации возникло у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.



В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.


В соответствии с пунктом 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).

Поступившее возражение подано ООО «Ванда», заинтересованность которого обусловлена тем, что данное юридическое лицо является обладателем более раннего исключительного права на коммерческое обозначение, сходное с оспариваемым товарным знаком, осуществляет деятельность в области продвижения товаров и оказания услуг по предоставлению в аренду помещений, которая однородна оспариваемым услугам 35, 36 классов МКТУ.



Оспариваемый товарный знак  представляет собой комбинированное обозначение, включающее словесные элементы «ЦИТРУС», «CITRUS», выполненные один под другим буквами русского и латинского алфавитов, и

изобразительные элементы в виде стилизованного изображения фрукта, расположенные слева от каждого словесного элемента.

Знак охраняется в черном, оранжевом, белом цветовом сочетании.

Согласно доводам возражения оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с охраняемым коммерческим обозначением лица, подавшего возражение, право на которое возникло ранее даты приоритета оспариваемой регистрации.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1539 Кодекса правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Таким образом, необходимо устанавливать, используется ли спорное или сходное с ним обозначение лицом, подавшим возражение, для индивидуализации конкретного предприятия, с какого момента такое использование началось и продолжается ли его использование. Кроме того, следует установить, обладает ли коммерческое обозначение достаточными различительными признаками и имеются ли доказательства приобретения коммерческим обозначением известности на определенной территории.

Согласно представленному свидетельству о государственной регистрации права [1] лицу, подавшему возражение, с 05 сентября 2012 года принадлежит многофункциональный торговый комплекс (далее – МТЦ), расположенный по адресу: Московская обл., г. Химки, ул. Московская, строение 14А.

Лицом, подавшим возражение, в июле 2012 года получено разрешение на установку и эксплуатацию на фасаде здания МФЦ «ЦИТРУС» светового короба под вывеску [2,3].

По заказу лица, подавшего возражение, в июле 2012 года было изготовлено баннерное полотно, на котором размещено название «ТОРГОВАЯ ГАЛЕРЕЯ

«CITRUS», и произведены работы по его установке на принадлежащем ему МФЦ [5].

Коммерческое обозначение, используемое лицом, подавшим возражение, для индивидуализации своего предприятия (МФЦ), представляет собой



комбинированное обозначение, включающее словесные элементы «CITRUS», «ТОРГОВАЯ ГАЛЕРЕЯ», выполненные один под другим заглавными буквами латинского алфавита, при этом словесный элемент «CITRUS» выполнен буквами более крупного размера, чем словесный элемент «ТОРГОВАЯ ГАЛЕРЕЯ». Слева от словесных элементов расположен изобразительный элемент, выполненный в виде композиции, состоящей из восьми одинаковых по форме геометрических фигур, соединенных между собой по кругу, исполненных в зелено-красном цветовом сочетании.

Данное коммерческое обозначение является оригинальным, что позволяет признать его обладающим достаточными различительными признаками.

Анализ оспариваемого товарного знака и коммерческого обозначения показал их сходство, обусловленное тем, что сравниваемые обозначения содержат тождественные («CITRUS») и сходные («CITRUS» - «ЦИТРУС») словесные элементы.

В качестве подтверждения известности коммерческого обозначения, используемого лицом, подавшим возражение, на определенной территории (г.Химки, Московская обл.) для индивидуализации своего предприятия, были представлены материалы, исходя из которых следует следующие.

С 2013 года лицо, подавшее возражение, осуществляло действия по рекламе Торговой галереи «CITRUS» путем размещения информации о ней на рекламных листовках, размещенных на информационных стендах, расположенных на улицах Юбилейного, Железнодорожного, Ленинградского-Маяковского-Пролетарского районах г. Химки, Московской области. Количество улиц составило 21 шт., количество информационных стендов – 488 ед., при этом затраты на рекламу только за период с 24.12.2013 по 21.01.2014 составили 112 220 руб. [7].

В 2013 году реклама торговой галереи «CITRUS» также осуществлялась путем размещения рекламно-информационных материалов на бортах транспортных средств (маршрутные такси №№3,10,62, 326, городские автобусы) [8, 9, 11]. Так, затраты на рекламу только за три месяца 2013 года составили 193 575 руб. [8], 180 000 руб. [9], 81 000 руб. [11].

Согласно соглашению о сотрудничестве [12] в период с 24.10.2016 по 31.05.2017 реклама торговой галереи «CITRUS» в г. Химки осуществлялась в общеобразовательных учреждениях (20 школ), на предметчевых программках футбольного клуба «Химки» (на обороте 2 раза в месяц), на рекламных конструкциях (25 шт.), в ходе трансляций домашних матчей футбольного клуба «Химки» на федеральном канале «МАТЧ! НАШ СПОРТ!» (два рекламных места).

Информация о Торговой галереи «CITRUS» (о дате открытия торговой галереи, месте расположения, предоставляемых услугах) была широко представлена в сети Интернет [16].

Как было указано выше, лицо, подавшее возражение, является владельцем многофункционального торгового комплекса «Торговая галерея «CITRUS», в котором осуществляется деятельность по продвижению товаров.

Представленные договоры [18] свидетельствуют о том, что с 2014 по 2017 гг. (т.е. до даты приоритета, оспариваемой регистрации) лицо, подавшее возражение, предоставляло во временное пользование торговые помещения для реализации товаров (услуг).

В рамках соглашения [12] лицо, подавшее возражение, в период с 24.10.2016 – 26.11.2016 и с 06.03.2017 – 20.05.2017 осуществляло услуги по распространению рекламной информации путем демонстрации на информационных экранах, расположенных в Торговой галереи «CITRUS», видео-анонсы Футбольного клуба «Химки».

На фасаде и внутри здания Торговой галереи «CITRUS» для привлечения внимания потребителей лицом, подавшим возражение, также осуществлялась деятельность по рекламе: Публичного акционерного общества «Вымпел-

Коммуникации»; ООО «МигКредит»; Индивидуального предпринимателя Карпова Е.А.; ООО «Путиловец» [20].

С целью предоставления информации потребителям товаров (услуг) по заказу лица, подавшего возражение, были изготовлены и смонтированы LED-панели, на которых нанесена рекламная информация о торговых компаниях, расположенных в Торговой галереи «CITRUS» [21].

Таким образом, указанные выше материалы показывают, что до даты приоритета оспариваемой регистрации лицо, подавшее возражение, под своим коммерческим обозначением, право на которое у него возникло до даты приоритета оспариваемого знака, оказывало услуги в области продвижения товаров (услуг), информации потребительской, а также деятельности по предоставлению помещений в аренду, которые однородны оспариваемым услугам 35 класса МКТУ: *«агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; выписка счетов; демонстрация товаров; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; макетирование рекламы; маркетинг; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов;*

*распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекеничников для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные "оплата за клик"; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами] и услугам 36 класса МКТУ: «агентства по операциям с недвижимым имуществом; аренда квартир; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; аренда финансовая; взыскание арендной платы; посредничество при операциях с недвижимостью; управление недвижимостью», поскольку:*

- сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ относятся к одной родовой категории услуг (продвижение товаров), имеют оно назначение (повышение спроса на товары, увеличение их сбыта, расширение рыночного поля товаров), соответственно, имеют один круг потребителей (широкий круг потребителей). При этом следует отметить, что услуги «продвижение товаров» - это услуги, которые включают в себя как услуги торговой деятельности, так и услуги рекламы;

- сопоставляемые услуги 36 класса МКТУ относятся к одной родовой категории услуг (операции с недвижимостью) и имеют одно назначение (предоставление помещения во временное (постоянное) пользование).

С учетом изложенного, оспариваемый товарный знак в отношении услуг 35, 36 классов МКТУ (указанных выше) не соответствует требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

Анализ соответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Согласно доводам возражения регистрация оспариваемого товарного знака на имя правообладателя способна ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги.

Анализ словарно-справочных источников информации показал, что слова «CITRUS», «ЦИТРУС» являются фантазийными, в связи с чем не несут в себе информации, ложной или способной вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара.

Вместе с тем, способность обозначения вводить потребителя в заблуждение может возникнуть в результате ассоциации, в частности, с другим производителем, основанной на предшествующем опыте.

Для вывода о возникновении такой ассоциации необходимо наличие доказательств, не только подтверждающих введение в гражданский оборот услуг под сходным обозначением иного лица, но и подтверждение возникновения у потребителей ассоциативной связи между самими услугами и лицом, оказывающим их прежде.

Как было указано выше лицо, подавшее возражение, до даты приоритета оспариваемой регистрации осуществляло деятельность в области продвижения товаров (услуг), а также деятельности по предоставлению помещений в аренду, под

обозначением  , сходным с оспариваемым товарным знаком.

Вместе с тем материалы возражения не содержат сведений об интенсивности использования сходного обозначения в отношении всех оспариваемых услуг 35, 36 классов МКТУ, о широкой территории, об объемах оказываемых услуг, маркируемых сходным обозначением и другие необходимые сведения.

Кроме того, часть из представленных материалов [10, 15, 22] не содержит дату, что не позволяет соотнести ее с датой приоритета оспариваемой регистрации.

Таким образом, у коллегии отсутствуют основания для вывода о том, что у российского потребителя до даты приоритета оспариваемого товарного знака сложилась устойчивая ассоциативная связь оспариваемого обозначения с лицом, подавшим возражение, и, следовательно, довод лица, подавшего возражение, о несоответствии товарного знака по свидетельству №646661 пункту 3(1) статьи 1483 Кодекса не доказан.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**удовлетворить возражение, поступившее 28.11.2018, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №646661 недействительным в отношении услуг 35 класса МКТУ: «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; выписка счетов; демонстрация товаров; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; консультирование по вопросам рекламы в рамках коммуникационной стратегии; макетирование рекламы; маркетинг; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная или оптовая лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения; продвижение продаж для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные "оплата за**



**клик"; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» и услуги 36 класса МКТУ «агентства по операциям с недвижимым имуществом; аренда квартир; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; аренда финансовая; взыскание арендной платы; посредничество при операциях с недвижимостью; управление недвижимостью».**