

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения □ возражения ☒ заявления**

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (далее – Кодекс) и Административным регламентом предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общезвестным в Российской Федерации товарным знаком, утвержденным приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 27.08.2015 № 602, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 30.09.2015 за № 39065 (далее – Административный регламент), рассмотрела заявление, поступившее 12.09.2017, с дополнениями и уточнениями от 27.03.2018 о признании изобразительного обозначения «» общезвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01 января 2018 года в отношении услуг 39 класса МКТУ «перевозки пассажирские» на имя Санкт-Петербургского государственного унитарного предприятия «Петербургский метрополитен» (далее – заявитель, ГУП «Петербургский метрополитен»), при этом установила следующее.

Изобразительное обозначение «», в отношении которого испрашивается признание его общезвестным в Российской Федерации товарным знаком, выполнено в виде стилизованной буквы «М» синего цвета.

Согласно данным, представленным в заявлении, Петербургский метрополитен создан на основании Постановления Совета Министров СССР от 23.12.1954 №2477 и распоряжения Совета Министров РСФСР от 29.12.1954 №5923.

ГУП «Петербургский метрополитен», учредителем которого является Комитет по управлению городским имуществом Санкт-Петербурга – территориальное агентство Государственного комитета Российской Федерации по управлению

государственным имуществом, было зарегистрировано в качестве юридического лица 06.10.2000.

Основным видом деятельности заявителя является деятельность метро по перевозке пассажиров.

Для маркировки услуг по перевозке пассажиров заявитель использует



комбинированный товарный знак  по свидетельству №283456 с приоритетом от 23.07.2003.

Кроме того, заявитель является правообладателем изобразительного товарного знака «» по свидетельству №535269, зарегистрированного с приоритетом от 06.09.2013 в отношении товаров 16 и услуг 35, 41 классов МКТУ, который воспроизводит обозначение, для которого испрашивается признание общеизвестного в Российской Федерации товарного знака в отношении услуг 39 класса МКТУ «пассажирские перевозки».

Для подтверждения общеизвестности обозначения «» в Российской Федерации к заявлению приложены следующие материалы:

- копии свидетельств на товарные знаки №№535269, 283456 [1]
- социологическое исследование по определению уровня известности обозначения «», выполненное Фондом содействия изучению общественного мнения «ВЦИОМ» [2];
- выkopировка из постановления Правительства Санкт-Петербурга от 14.02.2017 № 90 «О прогнозе социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 года» [3];
- копия Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке свыше 35% [4];
- изображения и объемы реализации проездных билетов и жетонов [5];
- копии договоров на поставку проездных билетов и жетонов [6];
- фотографии, на которых изображено обозначение «», используемое для указания территориального расположения станций Петербургского метрополитена

на улицах Санкт-Петербурга, Ленинградской области и станциях метрополитена, для информирования пассажиров об условиях и порядке перевозки пассажиров, на подвижных составах, на информационных указателях, интерактивных терминалах и стендах, на автоматах по продаже и пополнению проездных документов, на социальных и иных объектах, на фирменной одежде сотрудников Петербургского метрополитена [7];

- схема линий Петербургского метрополитена [8];
- копия Концепции информационной и пространственно-ориентирующей среды на территории ГУП «Петербургский метрополитен», согласованной с главным художником Санкт-Петербурга Шереметьевым Г.А. в 2009 г. и председателем Комитета по транспорту Правительства Санкт - Петербурга Кадыровым А.В. в 2009 г. [9];
- скриншот интернет-страниц [10];
- фотографии с международного инновационного форума пассажирского транспорта, который проводился в мае 2015 года Комитетом по транспорту Правительства Санкт-Петербурга совместно с подведомственными предприятиями и учреждениями в соответствии с постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 02.12.2014 № 108 [11];
- выписка из ЕГРЮЛ [12];
- копии договоров поставки; типовые макеты, фотографии станций, вестибюлей, схемы линий метрополитена [13];
- скриншоты онлайн карт [14];
- письма партнеров [15];
- копии актов о вводе в эксплуатацию вагонов метрополитена [16];
- данные по пассажиропотоку с 2007 по февраль 2018 г. [17];
- статистика миграции (Росстат) [18];
- скриншоты (данные по внутреннему туризму) [19];
- скриншоты (история товарного знака Петербургского метрополитена) [20];
- устав ООО «Лео Август Брендинг», договор на оказание услуг по информационному сопровождению деятельности метрополитена [21];

- копии договоров на поставку и изготовление жетонов и бесконтактных смарт-карт [22];
- справка о балансовой принадлежности основных средств [23];
- копия указания о размещении идентификационных надписей и логотипа Петербургского метрополитена на вагонах подвижного состава [24];
- копии писем ВУЗов Санкт-Петербурга о количестве обучающихся иногородних студентов [25];
- скриншоты мультипликационных фильмов, новостных материалов, художественных и документальных фильмов, иных информационных материалов [26];
- Яндекс-карты [27];
- копии договоров на поставку автотранспортных средств [28];
- фотографии транспортных средств [29];
- копия договора на изготовление и поставку жетонов [30];
- флэш-накопитель Smartbuy [31].

По результатам рассмотрения данного заявления Роспатентом было принято решение от 28.04.2018 об отказе в удовлетворении заявления ГУП «Петербургский метрополитен» о признании изобразительного обозначения «» общезвестным в Российской Федерации товарным знаком с 1 января 2018 года в отношении услуг 39 класса МКТУ «перевозки пассажирские».

Заявитель, не согласившись с этим решением, обратился в Суд по интеллектуальным правам.

Решением Суда по интеллектуальным правам от 30.10.2018 по делу №СИП-437/2018, оставленным в силе постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.02.2019, вышеуказанное решение Роспатента было признано недействительным.

В указанном судебном решении было отмечено, что вывод Роспатента об отсутствии в материалах дела доказательств общезвестности на территории Российской Федерации обозначения, используемого заявителем в качестве товарного знака в отношении услуг «перевозки пассажирские» на 1 января 2018

года, сделан при неполном исследовании и надлежащей оценки представленных заявителем доказательств.

Как установил суд первой инстанции, поскольку действующие нормативные положения не содержат каких-либо количественных критериев, позволяющих отделить общеизвестные товарные знаки от знаков, не имеющих широкой известности, Роспатент ошибочно посчитал, что для целей признания обозначения «» общезвестным в данном случае определяющим является географический критерий интенсивного использования товарного знака на всей территории Российской Федерации, а не только в рамках одного субъекта.

При этом в постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам указано, что территория использования – это лишь один из факторов, которые приводят к следствию – признанию обозначения общезвестным. Лицо, обратившееся с заявлением о признании обозначения общезвестным товарным знаком, вправе представить любые доказательства в обоснование своего требования, а административный орган обязан их полно и всесторонне оценить.

Президиум Суда по интеллектуальным правам отмечает, что представленные документы должны были быть оценены с точки зрения, подтверждают ли они, что у лиц, постоянно проживающих за пределами Санкт-Петербурга и соседних регионов, установились устойчивые ассоциативные связи в отношении спорного обозначения. С этой же точки зрения должны быть оценены и иные представленные доказательства.

При этом президиум Суда по интеллектуальным правам отмечает, что суд первой инстанции не предрешил и не мог предрешить результаты оценки Роспатентом соответствующих доказательств.

В соответствии с решением Суда по интеллектуальным правам заявление, поступившее 12.09.2017, было рассмотрено повторно.

В дополнение к ранее представленным материалам заявителем представлены следующие материалы:

- социологический отчет по результатам дополнительного опроса «Определение уровня известности обозначения «», проведенный Фондом «ВЦИОМ» в феврале 2019 года [32];
- информация о журнале и экземпляры журнала «ALLEGRO» [33];
- заключение коллегии палаты по патентным спорам от 19 октября 2016 года по результатам рассмотрения заявления о признании общезвестным обозначения «BRAUN» [34].

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты его подачи (12.09.2017), включает в себя Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883, пересмотренную в Брюсселе 14.12.1900, в Гааге 06.11.1925, в Лондоне 02.06.1934, в Лиссабоне 31.10.1958 и Стокгольме 14.07.1967 и измененную 02.10.1990 (далее – Парижская конвенция), упомянутые выше Кодекс и Административный регламент.

В соответствии со статьей 6 bis (1) Парижской конвенции по решению компетентного органа страны регистрации или страны применения товарного знака он может быть признан в этой стране общезвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами данной конвенции.

Согласно требованиям, установленным пунктом 1 статьи 1508 Кодекса, по заявлению лица, считающего используемое им в качестве товарного знака обозначение общезвестным в Российской Федерации товарным знаком, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности такое обозначение может быть признано общезвестным в Российской Федерации товарным знаком, если это обозначение в результате интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

В соответствии с подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента перечень документов, необходимых в соответствии с правовыми актами для предоставления государственной услуги, подлежащих представлению заявителем,

включает подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы, содержащие сведения:

- об интенсивном использовании товарного знака или обозначения, в частности, на территории Российской Федерации. При этом по инициативе заявителя указываются: дата начала использования товарного знака или обозначения, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака или обозначения; объем реализации этих товаров; способы использования товарного знака или обозначения; среднегодовое количество потребителей товара; положение изготовителя на рынке в соответствующем секторе экономики и тому подобные сведения;
- о странах, в которых товарный знак приобрел широкую известность;
- о произведенных затратах на рекламу товарного знака или обозначения (например, годовые финансовые отчеты);
- о стоимости (ценности) товарного знака в соответствии с данными, содержащимися в годовых финансовых отчетах;
- о результатах опроса потребителей по вопросу общеизвестности товарного знака или обозначения, проведенного специализированной независимой организацией, которые могут быть оформлены с учетом рекомендаций, размещенных на Интернет-сайте Роспатента.

При анализе заявленного обозначения на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01 января 2018 года в отношении услуг «перевозки пассажирские» коллегией было установлено следующее.

Коллегия отмечает, что «перевозки пассажирские» представляют собой широкое понятие, которое включает в себя, помимо услуг по перевозке пассажиров метро, услуги, оказываемые с использованием наземных транспортных средств (автобусные, автомобильные перевозки, перевозки железнодорожным транспортом и т.п.), а также перевозки водным транспортом (речные и морские перевозки) и авиаперевозки.

Следует отметить, что такая услуга, как «перевозки пассажирские» рассчитана на широкий круг потребителей, поэтому актуальным является подтверждение интенсивности использования обозначения на всей территории Российской Федерации.

В этой связи, существенное значение для признания обозначения «М» общезвестным на территории Российской Федерации является его известность и узнаваемость широкими кругами потребителей и его ассоциирование с заявителем не только в Санкт-Петербурге, но и на территории Российской Федерации.

Вместе с тем, материалы заявления содержат сведения только об осуществлении деятельности метро по перевозке пассажиров, что является основным видом деятельности заявителя (ГУП «Петербургский метрополитен»), зарегистрированного в качестве юридического лица 06.10.2000 [12].

Таким образом, услуги 39 класса МКТУ «перевозки пассажирские», в отношении которых испрашивается признание общезвестным обозначения «М», оказываются только на территории Санкт-Петербурга.

Соответственно, все документы, представленные заявителем, отражают использование обозначения «М» именно в этой области деятельности.

В подтверждение указанного заявителем представлена информация о присутствии обозначения «М» на проездных билетах и жетонах, на станциях метрополитена в вестибюлях, на подвижных составах, на информационных указателях, интерактивных терминалах и стендах, на автоматах по продаже и пополнению проездных документов и других носителях [5], [7], [13], [16], [24].

Для подтверждения интенсивности использования данного обозначения в отношении услуг 39 класса МКТУ «пассажирские перевозки» заявителем представлены сведения о пассажиропотоке в петербургском метрополитене, который в 2007 году составил 832258 тыс. чел., а в 2017 году уменьшился, составив 726464 тыс. чел. В январе 2018 года пассажиропоток в метрополитене Санкт-Петербурга составил 55184 тыс. чел. [17].

Основным аргументом в качестве доказательства широкой известности заявленного обозначения на территории Российской Федерации послужил тот факт, что Санкт-Петербург является «туристической столицей» России, в подтверждение чего приведены показатели внутреннего туризма в регионах России в 2017 году [19]. Кроме того, в подтверждение широкой известности заявленного обозначения представлена информация о количестве обучающихся в Санкт-Петербурге иногородних студентов, которые имеют право на льготный проезд в городском общественном транспорте и пользуются льготными проездными билетами, на которых изображен знак «» [25], а также данные о внутренней миграции населения Санкт-Петербурга и Ленинградской области с 2011 по 2017 годы [18].

На основании этих данных заявитель делает вывод о том, что абсолютному большинству жителей Санкт-Петербурга, а также гостей, временно пребывающих в городе, известен знак Петербургского метрополитена, который ассоциируется с пассажирскими перевозками.

Об известности заявленного обозначения жителям России за пределами Санкт-Петербурга, по мнению заявителя, свидетельствует тот факт, что изображение «» встречается в популярных произведениях литературы и искусства, документальных и художественных фильмах, мультипликационных фильмах, а также иных информационных источниках, к которым имеют доступ большинство жителей Российской Федерации, в подтверждение чего представлены скриншоты соответствующих источников информации в сети Интернет с указанием количества просмотров на youtube.com [26].

Вместе с тем, учитывая, что заявитель осуществляет деятельность по пассажирским перевозкам исключительно Петербургским метрополитеном, использование обозначения «» для маркировки услуг 39 класса МКТУ «пассажирские перевозки» ограничено только Санкт-Петербургом.

По мнению коллегии, представленной информации недостаточно для вывода о том, что это обозначение стало общеизвестным в Российской Федерации.

Представленные скриншоты [26] содержат обозначение «» либо в искаженном, либо в слабо различимом виде, в связи с чем маловероятно, что оно может привлечь внимание зрителей и пользователей youtube.com.

Ссылка заявителя на статистику внутреннего туризма не может выступать в качестве объективного источника информации относительно известности указанного обозначения на территории Российской Федерации, поскольку гости Санкт-Петербурга, которые посещают город в составе экскурсионных групп, как правило, перемещаются на специальных туристических автобусах и метрополитеном не пользуются. Кроме того, их внимание привлекают, прежде всего, достопримечательности города, а не обозначение .

Что касается сведений об иногородних учащихся, временно проживающих в Санкт-Петербурге, то их незначительное количество по сравнению с общим населением страны не может существенно влиять на уровень известности обозначения «» на территории Российской Федерации.

Таким образом, наиболее объективным показателем известности обозначения «» могут служить только результаты социологических опросов населения различных регионов Российской Федерации за пределами Санкт-Петербурга, что соответствует выводам упомянутого выше постановления Президиума Суда по интеллектуальным правам, в котором указано, что документы, представленные заявителем, должны быть оценены с точки зрения подтверждения наличия устойчивых ассоциативных связей в отношении обозначения «» у лиц, постоянно проживающих за пределами Санкт-Петербурга.

Анализ результатов социологического опроса [2], представленного заявителем в подтверждение общеизвестности изобразительного обозначения «» относительно осуществляемой заявителем деятельности, проведенного в марте 2017 года Фондом содействия изучению общественного мнения «ВЦИОМ» методом уличного опроса в Санкт-Петербурге, Москве, Великом Новгороде, Пскове, Вологде, Петрозаводске, показал следующее.

Всего было опрошено 2000 человек, из которых половина (1000) респондентов приходится на Санкт-Петербург, жителям которого, очевидно знакомо это обозначение.

Коллегия отмечает, что опрос проводился в Северо-Западном регионе России, непосредственно примыкающем к Санкт-Петербургу, причем города, жители которых были выбраны в качестве респондентов, на 1 января 2017 года занимали среди 100 крупнейших городов России следующее положение: Вологда с населением 313 012 тыс. человек – 65 место; Петрозаводск с населением 278 551 тыс. человек – 73 место; Великий Новгород с населением 222 594 тыс. человек – 93 место; Псков с населением 209 840 тыс. человек – 95 место (см. http://www.statdata.ru/largest_cities_russia). Кроме того, указанные города расположены в районах с низкой плотностью населения (см. <http://infatables.ru/statistika/31-rossijskaya-federatsiya/910-plotnost-naseleniya-rf>).

Из результатов социологического опроса следует, что обозначение «М» знакомо 77% участников опроса, что составляет 1540 человек, при этом большинство респондентов, знакомых с тестируемым обозначением (82% - 63,14% от общего числа респондентов), назвали пассажирские перевозки метрополитена в качестве услуг, для которых оно используется. Отвечая на открытый вопрос без предложенных вариантов ответа, только треть опрошенных, знакомых с тестируемым обозначением и сферой его применения (34% - 26,18% от общего числа респондентов), назвали Петербургский метрополитен. Только выбирая из предложенных вариантов ответа большинство респондентов (87%) отметили ГУП Петербургский метрополитен.

Таким образом, результаты данного опроса нельзя признать репрезентативными для всей территории Российской Федерации, поскольку его результаты были предопределены выбранной географией исследования, включающей Санкт-Петербург и близлежащие города Северо - Западного региона России, из которых было представлено большинство респондентов (1500 человек).

Анализ результатов социологического опроса [32], представленного заявителем в дополнение к ранее представленным материалам, показал следующее.

Опрос был проведен в феврале 2019 года. Метод исследования – уличный опрос с фиксацией ответов на планшетном компьютере. Форма проведения опроса – личное интервью по специально разработанной анкете.

Суммарный объем выборочной совокупности составил 600 человек, при этом количество опрошенных жителей Москвы составило 224 человека, жителей Санкт-Петербурга – 95 человек. Кроме того, в опросе участвовали жители Новосибирска (29 чел.), Екатеринбурга (26 чел.), Нижнего Новгорода (23 чел), а также жители таких городов как Казань, Челябинск, Омск, Ростов-на-Дону, Уфа, Красноярск, Пермь, Волгоград, Воронеж (от 22 до 18 человек).

Результаты данного опроса показали, что тестируемое обозначение «» знакомо на 1 января 2018 года 56% респондентов, что составило 336 человека, 65% респондентов от числа знакомых с тестируемым обозначением (36,4% от общего числа респондентов) указали на область использования обозначения – услуги метрополитена, 59% респондентов от числа знакомых с обозначением и сферой его применения (33% от общего числе респондентов) связали это обозначение с заявителем – ГУП Петербургский метрополитен. При этом формулировка вопроса о том, какая компания из перечисленных использует обозначение «» для своих услуг (см. страницу 12 опроса), уже предопределяла ответ на него, поскольку предлагаемый список компаний включал в себя только две компании (московский и петербургский метрополитены), сфера деятельности которых связана с перевозкой пассажиров метро, при том, что в Российской Федерации метрополитены работают, используя обозначение «М» в своей деятельности, кроме Москвы и Санкт-Петербурга, в Нижнем Новгороде, Новосибирске, Екатеринбурге, Самаре, Казани, Волгограде.

Таким образом, несмотря на то, что опрос охватил большинство регионов Российской Федерации, в целом данные опроса не могут быть признаны объективными и точными, а степень известности обозначения «» доказанной в отношении услуг «перевозки пассажирские» на имя заявителя в Российской Федерации.

Кроме того, данный опрос нельзя признать репрезентативным, поскольку он не соответствует требованиям, предъявляемым к проведению такого рода опросов, согласно которому минимальное количество опрошенных не должно быть менее 500 в каких-либо двух населенных пунктах и менее 125 в каждом другом населенном пункте (см. Рекомендации по проведению опроса потребителей по вопросу общеизвестности товарного знака в Российской Федерации, утв. Приказом Роспатента от 01.06.2001 №74 с изменениями и дополнениями (далее - Рекомендации).

Что касается опроса, который был проведен 12.02.2018 ООО «Лео Август Брендинг» в аэропорту Пулково и зафиксирован на видеокамеру в виде интервью прибывающих гостей и жителей Санкт-Петербурга и представлен на флэш-накопителе [31], то он может быть принят во внимание только в совокупности с иными доказательствами, подтверждающими общеизвестность обозначения «», так как также не соответствует вышеуказанным Рекомендациям, в связи с чем его результаты, сами по себе не могут свидетельствовать о широкой известности заявленного обозначения на территории Российской Федерации.

Довод заявителя о том, что обозначение «» представлено на схемах метрополитена в бортовых журналах на внутренних и международных рейсах ПАО «Аэрофлот», а также в бортовом журнале «ALLEGRO» скоростного поезда «Аллегро», курсирующего между Санкт-Петербургом и Хельсинки [33], свидетельствует о том, что пассажиры этих транспортных средств действительно имеют возможность ознакомиться с этим обозначением во время путешествия, однако недостаточен для обоснованного вывода о сохранении этой информации в их сознании, показателем чего могут служить результаты социологического опроса.

Принимая во внимание совокупность изложенных выше фактических обстоятельств, коллегия пришла к обоснованному выводу об отсутствии в материалах заявления доказательств общеизвестности на территории Российской Федерации заявленного обозначения, используемого заявителем в качестве товарного знака, в отношении вышеуказанных услуг на 1 января 2018 года.

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

отказать в удовлетворении заявления, поступившего 12.09.2017, о признании изобразительного обозначения «М» общезвестным в Российской Федерации товарным знаком с 1 января 2018 года в отношении услуг 39 класса МКТУ «перевозки пассажирские» на имя ГУП «Петербургский метрополитен».