

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

**по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской (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) (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 06.12.2024, поданное ООО «Городская Усадьба», г. Ижевск (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1067499, при этом установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак «**Русский Дворик**» по заявке № 2024727526, поданной 14.03.2024, зарегистрирован 03.12.2024 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 1067499 в отношении услуг 41 и 44 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя Крауза В.В., Москва. Роспатентом 05.03.2025 за №РД0496809 был зарегистрирован договор об отчуждении исключительного права на оспариваемый товарный знак (дата публикации и номер бюллетеня: 05.03.2025, Бюл. №5), согласно которому правообладателем стал Матвеев А.Ю., Москва (далее – правообладатель).

Согласно поступившему 06.12.2024 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражению, а также пояснениям представителя лица, подавшего возражения, отраженным в протоколе заседания от 15.07.2025, регистрация товарного знака по свидетельству № 1067499 произведена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 1 (1) (2) и 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый знак затрагивает исключительные права лица, подавшего возражение, на его коммерческое обозначение «Русский Двор», продолжительно используемое ООО «Городская Усадьба». Под упомянутым коммерческим обозначением оказываются услуги гостинично-банного комплекса в городе Ижевске;

- оспариваемый знак не соответствует пункту 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку вошел во всеобщее употребление, является общепринятым термином.

В подтверждение изложенных доводов с возражением были представлены следующие материалы (копии):

1. материалы договора на разработку логотипа от 17.05.2016;
2. свидетельство о принадлежности домена;
3. выписка сервиса whois о сайте – rusedvor18.ru;
4. договор об оказании услуг от 20.06.2022 за №87;
5. выписка из ЕГРЮЛ на ООО «Городская Усадьба»;
6. диплом победителя «2ГИС»;
7. статистика посещения сайта rusedvor18.ru;
8. распечатки информации из сети Интернет;
9. договор комиссии на реализацию гостиничных услуг за №125-ГК от 21.12.2021;
10. агентский договор №22/05-2019/В от 22.05.2019;
11. договор №2/01.01-19 от 01.03.2019.

Согласно пояснениям представителя лица, подавшего возражение, отраженным в протоколе заседания от 15.07.2025, правовая охрана товарного знака по свидетельству №1067499 оспаривается в отношении услуг 44 класса МКТУ «услуги общественных бань для гигиенических целей; услуги саун; услуги городских бань; услуги центров здоровья».

В адрес Крауза В.В. и, впоследствии, правообладателя в установленном порядке были направлены уведомления с указанием даты заседания коллегии и предложением представить отзыв по мотивам возражения. В материалы дела поступил отзыв от Крауза В.В. Согласно пояснениям правообладателя, он просит учитывать отзыв Крауза В.В., в котором указано следующее:

- в части аргументов лица, подавшего возражение, о возникшем у него праве на

коммерческое обозначение Суд по интеллектуальным правам в Постановлении Президиума от 05.03.2021 по делу №СИП-226/2020 указал, что при оценке возникшего права на коммерческое обозначение следует установить, обладает ли коммерческое обозначение достаточными различительными признаками и имеются ли доказательства приобретения коммерческим обозначением известности на определенной территории. Сам факт регистрации домена в сети Интернет или наличие страницы в социальной сети не говорит о том, что обозначение известно среднему российскому потребителю. Лицом, подавшим возражение, представлены в качестве приложений ссылки на системы бронирования отелей, то есть доказывається ведение деятельности по отношению к услугам 43 класса МКТУ, в отношении которых оспариваемый знак не зарегистрирован. Более того, на представленных скриншотах наглядно видно, что обозначение «Русский двор» не может быть известно не только в масштабах Российской Федерации, но и в рамках одного субъекта Российской Федерации. На сервисе «Островок» указан не банный комплекс, не комбинированное коммерческое обозначение, состоящее из графического элемента и словесного обозначения «Русский двор», а обозначение «мини-отель Городская усадьба Русский двор», присутствует всего 11 отзывов. На сервисе booking.com указан не банный комплекс, не комбинированное коммерческое обозначение, состоящее из графического элемента и словесного обозначения «Русский двор», а обозначение «мини-отель Городская усадьба Русский двор», отзывов нет. Более того, согласно данным из открытых источников данный сервис в принципе не осуществляет свою деятельность на территории Российской Федерации;

- на сервисе tutu.ru указан не банный комплекс, не комбинированное коммерческое обозначение, состоящее из графического элемента и словесного обозначения «Русский двор», а обозначение «мини-отель Городская усадьба Русский двор», всего 9 отзывов, которые сформированы не пользователями туту.ру, а взяты со сторонних сервисов, в том числе booking.com, что указано на скриншоте;

- представленный скриншот из Интернет-ресурса <https://vk.com/rusdvor19> в социальной сети «ВКонтакте» содержит в себе информацию о том, что сообщение с обозначением «Русский двор» на момент 2025 года просмотрело 6 000 человек, что намного меньше количества человек, проживающих в городе Ижевске;

- скриншот с интернет-сайта [rusdvor18.ru](http://rusdvor18.ru) не содержит в себе ни доказательств широкой известности обозначения на определенной территории, ни использования обозначения на сайте до даты приоритета товарного знака, как и не содержит таких доказательств сам факт регистрации доменного имени на физическое лицо;

- скриншот о победителе премии «2ГИС 2018» не содержит указания на организацию, адрес местонахождения, на лицо, подавшее возражение и какую-либо связь с ним;

- договор оказания услуг от 20.06.2022 не подтверждает проведение какой-либо широкой рекламной компании, которая повлекла за собой возникновение узнаваемости обозначения «Русский двор» у потребителей;

- представленная лицом, подавшим возражение, «Яндекс Метрика» содержит данные по состоянию на 21 апреля -21 ноября 2024. Указанный период позднее даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- ООО «Городская усадьба» не обладает заинтересованностью в подаче настоящего возражения. Данное лицо осуществляет свою деятельность в другом регионе, деятельность привязана к конкретному месту, не обращалось к правообладателю оспариваемого товарного знака с просьбой предоставить письменное согласие на регистрацию своего товарного знака, как и не получало претензий от правообладателя в связи с использованием обозначения;

- правообладатель совместно с ООО «Русский дворик» более 10 лет осуществляет управление баннным комплексом «Русский дворик», который расположен по адресу г. Москва, ул. Милашенкова, д. 4, стр. 1.

В подтверждение изложенных доводов Краузом В.В. были представлены следующие материалы (копии):

12. соглашение о возмездном оказании услуг №1 от 05.03.2024;

13. договор аренды №ГС/РД-МЛ04 от 10.07.2023;

14. распечатка сайта foursquare;

15. распечатка сайта 4qStat;

16. распечатка результатов поискового запроса «русский дворик баня Милашенкова» в Google;

17. распечатка отзывов «русский дворик, баня»;

18. распечатка из Яндекс карт;

19. публикации в газете «Вечерняя Москва» от 27.12.2024;
20. выписка по расчетному счету;
21. уведомление ООО «АйТиСи-Мобайл» от 11.03.2025;
22. договор аренды №МАВМЛ-04 от 29.12.2016;
23. уведомление о государственной регистрации отчуждения исключительного права по договору;
24. распечатка об использовании номера телефона Матвеева А.Ю. на сайтах в сети Интернет;
25. распечатка отзывов в сети Интернет;
26. распечатка в отношении ООО «ПАРК МЕДИА»;
27. распечатка сайта «ПАРК МЕДИА».

На основании изложенного, правообладателем изложена просьба оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №1067499.

От лица, подавшего возражение, корреспонденцией от 29.05.2025, поступили следующие дополнительные пояснения к возражению:

- доводы правообладателя о том, что он начал использовать коммерческое обозначение «Русский дворик» ранее даты подачи заявки на регистрацию товарного знака не имеют правового значения в рамках статьи 1483 Кодекса, так как речь идёт о совершенно разных средствах индивидуализации;

- возражение подано в отношении товарного знака, зарегистрированного на имя Крауза В.В., и подлежит рассмотрению в отношении указанного правообладателя. Между тем, Крауз В.В. является юристом, никогда не вел банную деятельность, что подтверждается выпиской из ЕГРИП. Матвеев А.Ю. также никак не связан с предприятием «Русский дворик», так как деятельность указанного комплекса ведется от имени одноименного общества. Сам Матвеев А.Ю. не является ни учредителем, ни единым исполнительным органом вышеуказанного общества. Более того, Матвеев А.Ю. зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя с основным видом деятельности – 52.29 (перевозки). Физкультурно-оздоровительная, а также иная другая банная деятельность в выписке из ЕГРИП отсутствует;

- в свою очередь ООО «Городская Усадьба» осуществляет банную (физкультурно-оздоровительную деятельность), начиная с 28.03.2019. Ранее

деятельность велась от имени иного юридического лица;

- лицом, подавшим возражение, предоставляются договоры аренды, начиная с 2019 г., а также выписки из ЕГРН, где указано, что помещение является «русской парной с бассейном». В документах указан адрес гостинично-банного комплекса «Русский двор»;

- кроме того, предоставляются данные «Яндекс Метрики» (за 2023 – 2024 г.) по продвижению гостинично-банного комплекса «Русский двор» по договору с Архиповым А.А., платежные поручения в адрес Архипова А.А., а также ООО «Яндекс», скриншоты по площадке «Zoon», платежные поручения в адрес данного сервиса, счета и платежные поручения по факту ведения деятельности для подтверждения оказания банных услуг.

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

28. платежные поручения по договору с Архиповым А.А.;
29. платежные поручения «Яндекс Директ»;
30. платежные поручения в адрес «ЗУН» (площадка - бани Ижевска);
31. выписки из ЕГРН;
32. договоры аренды помещения;
33. счета;
34. платежные поручения;
35. выписка на ООО «Городская усадьба»;
36. выписка на имя Крауза В.В.;
37. выписка на имя Матвеева А.Ю.;
38. выписка на ООО «Русский дворик».

Корреспонденцией от 09.07.2025 от правообладателя поступили дополнения к отзыву, согласно которым:

- представленные договор оказания услуг от 20.06.2022 и договор аренды не являются подтверждением проведения какой-либо широкой рекламной компании, которая повлекла за собой возникновение узнаваемости у потребителей. Суды неоднократно указывали на то, что само по себе упоминание обозначения в договорах, заключённых с контрагентами, не свидетельствует о его использовании в качестве коммерческого обозначения, если нет иных подтверждений того, что потребитель

идентифицировал под этим обозначением конкретное предприятие;

- дополнительно предоставленные данные «Яндекс Метрики» не показывают ни количество уникальных посетителей, ни территорию, ни источники трафика. При этом график показывает (на графике только источник одного цвета), что основной источник трафика один, что вызывает обоснованные сомнения в достоверности аудитории, показывающей известность на территории города Ижевска - метрика посещений может включать автоматические запросы, повторные посещения и внутренние переходы;

- аргументы лица, подавшего возражение, не подтверждают фактическое использование коммерческого обозначения в значимом объеме до даты приоритета. Договоры аренды и платежные поручения не подтверждают индивидуализацию деятельности через спорное обозначение. Не указано, использовалось ли обозначение «Русский двор» именно в отношении помещения, указанного в аренде, и с каким визуальным оформлением. Нет доказательств узнаваемости этого обозначения у потребителя как индивидуализирующего предприятие (отсутствуют фото вывески, указания на обозначение в актах, счетах и т.п. до даты приоритета). Платежные поручения свидетельствуют лишь о хозяйственной активности, но не о связи обозначения «Русский двор» с конкретной деятельностью. Нигде не указано, что обозначение фигурирует в переписке с контрагентами, в договорах или в рекламных материалах - именно как идентификатор. Платежи в адрес некоего Архипова, видимо, за услуги по продвижению, ничем не подтверждены, более того, часть платежей совершалась после даты приоритета оспариваемого знака. Абстрактные платежи по договору в пользу ООО «Яндекс» никак не свидетельствует о возникновении права на коммерческое обозначение. Лицом, подавшим возражение, представлены счета на оплату и платежи пользователей в период с 2020 года, однако, фактически уникальных клиентов несколько штук, платежи повторяются (например, от ООО «Ижевские домофоны», ООО «НПО», ЧОП «Зубр»).

В подтверждение изложенных доводов правообладателем представлена выдержка из системы “R-Keeper” (39).

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

С учетом даты (14.03.2024) приоритета оспариваемого товарного знака правовая

база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс, 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 требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- являющихся общепринятыми терминами.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Согласно пункту 35 Правил вышеуказанные элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

Согласно пункту 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным



наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения), право на которое в Российской Федерации возникло у иного лица ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

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 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. Данная норма не конкретизирует понятие “заинтересованное лицо” и не содержит ограничений по видам заинтересованности, в связи с чем заинтересованным может быть признано любое лицо, доказавшее наличие фактического интереса в прекращении правовой охраны зарегистрированного обозначения (Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации от 26.10.2021 №300-ЭС21-11315 по делу №СИП-932/2019). Согласно возражению и пояснениям представителя лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с коммерческим обозначением, используемым данным лицом при осуществлении деятельности, однородной по отношению к оспариваемым услугам товарного знака по свидетельству №1067499. Кроме того, по мнению ООО «Городская усадьба» оспариваемый знак состоит из неохраноспособных элементов «Русский дворик», которые вошли во всеобщее употребление и представляют собой термин в области деятельности правообладателя. Изложенное позволяет признать ООО «Городская

Усадьба» заинтересованным в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1067499 по приведенным основаниям.

Оспариваемый товарный знак «**Русский Дворик**» является словесным и выполнен стандартным шрифтом строчными буквами русского алфавита, начальные буквы «р» и «д» - заглавные. Правовая охрана знаку оспаривается в отношении услуг 44 класса МКТУ «услуги общественных бань для гигиенических целей; услуги саун; услуги турецких бань; услуги центров здоровья».

Согласно пояснениям представителя лица, подавшего возражение, озвученным на заседании коллегии 15.07.2025, оспариваемый товарный знак представляет собой термин для вышеупомянутых оспариваемых услуг 44 класса МКТУ. Вместе с тем следует отметить, что с возражением не представлено ни одного словарно-справочного источника информации, согласно которому словесные элементы «Русский Дворик» оспариваемого знака могли быть отнесены к терминам в области деятельности правообладателя. Указанный довод возражения признается надуманным.

Согласно доводам представителя лица, подавшего возражение, оспариваемый знак вошел во всеобщее употребление для обозначения услуг определенного вида.

Президиум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в постановлении от 06.07.2004 №2606/04 в целях единообразного толкования и применения арбитражными судами нормы законодательства о товарных знаках об основаниях признания обозначения вошедшим во всеобщее употребление указал, что заинтересованному лицу необходимо доказать факт вхождения спорного обозначения во всеобщее употребление.

Требование всеобщности предполагает следующее: обозначение должно потерять свою различительную способность для потребителей товара/услуги, его производителей или специалистов в данной конкретной области. Общеупотребимость обозначения только в кругу производителей или специалистов является недостаточной. При исследовании всеобщности, оценке подлежат данные о мнении максимально широкого круга лиц, который включает как специалистов, так и потребителей этого товара/услуги.

Таким образом, признаками, характеризующими обозначение, вошедшее во всеобщее употребление как обозначение товаров/услуг определенного вида, являются:

- использование обозначения в качестве названия (наименования) товара/услуги специалистами соответствующих отраслей производства, работниками торговли, потребителями;

- применение обозначения в качестве названия (наименования) одного и того же товара/услуги или товаров/услуг того же вида, выпускаемых различными производителями;

- применение обозначения длительное время.

Проанализировав представленный довод возражения, коллегия пришла к выводу о его неубедительности в силу следующего. Так, с возражением не представлено данных о различных лицах, которые бы использовали обозначение «Русский Дворик» в качестве наименования одной и той же услуги в течение длительного времени. Все представленные документы освещают лишь деятельность лица, подавшего возражение, вместе с тем, очевидно, что словосочетание «Русский дворик» используется данным лицом не в качестве наименования услуг. Таким образом, соответствующий довод возражения является неубедительным.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1067499 оспаривается и по мотивам его несоответствия требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, а именно в связи с тем, что оно сходно с коммерческим обозначением, используемым лицом, подавшим возражение, в своей деятельности.

Несоответствие оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса как зарегистрированного в нарушение права иного лица на коммерческое обозначение может быть установлено при наличии перечисленных ниже признаков:

1) наличие либо отсутствие у юридического лица исключительного права на коммерческое обозначение;

2) соотношение даты возникновения исключительного права на коммерческое обозначение, охраняемого на территории Российской Федерации, и даты приоритета спорного обозначения;

3) наличие или отсутствие тождества либо сходства до степени смешения коммерческого обозначения (отдельных его элементов) и спорного обозначения;

4) однородность товаров и услуг, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, и видов деятельности правообладателя коммерческого обозначения

(товаров и услуг, относящихся к сфере такой деятельности);

5) обстоятельства действия исключительного права на коммерческое обозначение на дату приоритета товарного знака (пункт 2 статьи 1540 Кодекса);

б) проверка сохранения действия исключительного права на коммерческое обозначение на дату приоритета товарного знака или дату подачи возражения против предоставления товарному знаку правовой охраны – при наличии соответствующего довода.

Согласно положениям статьи 1538 Кодекса коммерческое обозначение – это средство индивидуализации одного или нескольких предприятий. В соответствии с пунктом 1 статьи 132 Кодекса предприятием как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности, и предприятие в целом как имущественный комплекс признается недвижимостью.

В рамках изложенного довода лицо, подавшее возражение, ссылается на документы (2-8, 29-34), в которых декларируется деятельность по предоставлению услуг гостинично-банного комплекса, оказываемых под коммерческим обозначением «Русский Двор».

Лицо, подавшее возражение, ссылается на выписку из ЕГРН (31), относящуюся к нежилому помещению по адресу г. Ижевск, ул. Магистральная, д. ба, с указанием назначения данного помещения – русская парная с бассейном. Кроме того, с дополнениями к возражению представлены и договоры аренды упомянутого нежилого помещения (32). Вместе с тем следует отметить, что представленные договоры относятся к 2019, 2020, 2022 годам и не охватывают период за 2021 и 2023 годы, что не позволяет установить непрерывность использования данного имущественного комплекса, наличие у ООО «Городская усадьба» прав на имущественный комплекс в период более года, предшествующий дате приоритета оспариваемого знака.

Более того, с возражением не представлено ни одного документа о размещении на соответствующем объекте вывески с обозначением «Русский Двор». Так, в деле отсутствуют документы, свидетельствующие о разработке и установке вывески, которой бы сопровождался имущественный комплекс лица, подавшего возражение, в связи с чем невозможно установить, была ли размещена соответствующая вывеска и

если она была размещена, то в какой период времени.

Кроме того, представленные документы не позволяют установить известность коммерческого обозначения на определенной территории. Само по себе наличие сайта [www.rusdvor18.ru](http://www.rusdvor18.ru) (2, 3) у лица, подавшего возражение, не свидетельствует об осведомленности среднего потребителей об услугах ООО «Городская Усадьба».

Лицом, подавшим возражение, приводится статистика посещения сайта [www.rusdvor18.ru](http://www.rusdvor18.ru) (7). Однако, соответствующая статистика относится к периоду после даты приоритета оспариваемого знака, в связи с чем она не может подтверждать доводы возражения. Что касается данных «Яндекс Метрика», приведенных в качестве скриншота в дополнениях к возражению (рисунок 6), то на приведенном графике указано на количество визитов (56189) страницы [www.rusdvor18.ru](http://www.rusdvor18.ru) за период с 01.01.2023 по 31.12.2023, а также приводится диаграмма по посещению страницы в каждом месяце. Следует отметить, что из представленной диаграммы не следует, количество уникальных пользователей из города Ижевска, посетивших данную страницу и лиц, которые бы интересовались и / или фактически пользовались именно банными услугами лица, подавшего возражение (а не гостиничным комплексом). Кроме того, посещение сайта каким-либо лицом не всегда свидетельствует об известности используемого на нем обозначения. Некоторые пользователи могут случайно попасть на ресурс благодаря рекламным кампаниям, социальным сетям или даже ошибкам в поисковых системах. Такие посещения не означают осознанной заинтересованности в контенте сайта или глубокое знакомство с ним. Отдельные потребители-пользователи услуг могут многократно посещать сайт, что увеличивает его посещаемость. Помимо прочего, многие посетители могут проводить минимальное время на сайте, быстро уходя после открытия страницы. Даже если трафик высокий, это не говорит о вовлечённости или интересе к содержимому ресурса. Коллегия усматривает также, что лица могут зайти на сайт ради случайного интереса, сравнения цен, поиска информации или других краткосрочных нужд, не становясь постоянными пользователями услуг лиц, подавшего возражение. Кроме того, на рынке существует множество сайтов с похожей тематикой на территории Ижевска. Российские потребители могут выбирать между несколькими ресурсами, переключаясь между ними в зависимости от текущих потребностей, рекламных акций или рекомендаций друзей.

Что касается договора (4) на оказание услуг по настройке и ведению рекламного кабинета в системе «Яндекс Директ» (4), то из представленного договора не ясно, был ли он исполнен. Платежные поручения на оплату услуг Архипова А.С., представленные с дополнением к возражению, невозможно однозначно соотнести с данным договором. При этом, даже в том случае, если упомянутые платежные поручения относятся к договору (4), то данные документы по-прежнему не подтверждают узнаваемость на определенной территории услуг лица, подавшего возражение, поскольку настройка рекламы не гарантирует, что потребители знают банный комплекс лица, подавшего возражение, и воспринимают обозначение «Русский двор» в качестве коммерческого обозначения, под которым оказываются банные услуги.

Из многочисленных платежных поручений в адрес ООО «Яндекс» (29) не следует, за что конкретно производились платежи, какая именно деятельность ООО «Городская усадьба» продвигалась и каким средством индивидуализации она сопровождалась. Платежные поручения за оплату услуг ООО «ЗУН» (30) отсылают к договору №157144, однако, сам договор не представлен, следовательно, также не представляется возможным оценить, за какие именно услуги происходила оплата, касалась ли она именно размещения информации о гостинично-банном комплексе «Русский двор» лица, подавшего возражение, на площадке «ZOON» или нет.

Большинство представленных распечаток из сети Интернет (8), отражающих деятельность лица, подавшего возражение, выходят за исследуемый период (14.03.2024) или не содержат дат. Что касается распечатки из социальной сети «ВКонтакте», относящейся к исследуемому периоду, то из нее не ясно, какое количество лиц было ознакомлено с размещенной в ней информацией. Отзывы потребителей о гостинично-банном комплексе «Русский двор» на площадке «ZOON» признаются коллегией незначительными по количеству в рамках доказывания известности на определенной территории соответствующего обозначения в качестве средства индивидуализации предприятия лица, подавшего возражение.

Коллегия соглашается с правообладателем в том, что на сервисах «Островок», tutu.ru, booking.com указан не банный комплекс «Русский двор», а обозначение «мини-отель Городская усадьба Русский двор». Что касается скриншота сайта tripadvisor с

указанием «Русский двор», то не ясно, к какому именно имущественному комплексу он относится.

ООО «Городская Усадьба» ссылается на диплом «Победитель премии 2ГИС 2018» (2 место в номинации «Бани, сауны, спа»), при этом из представленного диплома не следует, в отношении какого именно лица он выдан. Как следует из возражения, ООО «Городская усадьба» начало деятельность под обозначением «Русский двор» в 2019 году, следовательно, данный диплом не относится к лицу, подавшему возражение.

В распоряжение коллегии представлен договор комиссии на реализацию гостиничных услуг (9), согласно которому ООО «Система бронирования» обязуется реализовывать неограниченному кругу российских и иностранных физических и юридических лиц гостиничные и дополнительные услуги лица, подавшего возражение. Однако, из договора (9) не представляется возможным оценить, сколько именно потребителей было привлечено ООО «Система бронирования». Лицом, подавшим возражение, представлен также агентский договор (10), согласно которому ООО «Сибукинг Ру» обязуется оказывать в отношении ООО «Городская усадьба» комплекс услуг, включающий бронирование проживания физических лиц в отеле «Русский двор», вместе с тем, также не ясно, в отношении какого количества лиц были фактически оказаны соответствующие услуги. Более того, указанные виды деятельности по предоставлению проживания никак не соотносятся с оспариваемыми услугами 44 класса МКТУ «услуги общественных бань для гигиенических целей; услуги саун; услуги турецких бань; услуги центров здоровья».

Что касается договора (11) на поставку ООО «Игринский мясокомбинат-Опт» мясопродуктов и колбасных изделий в адрес ООО «Городская усадьба», то данный контракт также не свидетельствует о непосредственной деятельности лица, подавшего возражение под коммерческим обозначением.

Материалы возражения содержат выставленные ООО «Городская усадьба» в адрес третьих лиц счета (33) на оплату оздоровительных услуг, аренду помещения в гостинично-банном комплексе «Русский двор», а также платежные поручения, подтверждающие исполнение данных услуг. По мнению коллегии, всего 14 оплаченных платежных поручений за услуги, оказываемые лицом, подавшим возражение, с 2019 по 2023 годы недостаточно для доказывания известности на определенной территории услуг, оказываемых под коммерческим обозначением

«Русский двор» и деятельности ООО «Городская усадьба», поскольку представленные с возражением платежные поручения подтверждают оказание лишь незначительного количества оздоровительных услуг, услуг по аренде помещения в гостинично-банном комплексе «Русский двор» в адрес всего лишь 9 лиц в период с 2019 по 2023 годы.

Следовательно, для целей обоснования строго определенного правового мотива возражения о сходстве оспариваемого товарного знака до степени смешения именно с коммерческим обозначением, материалы возражения не содержат в себе необходимых сведений. Возражение рассматривается коллегией в административном порядке только в рамках приведенных в нем правовых мотивов, определяемых соответствующими доводами и представленными для их подтверждения документами. Таким образом, довод лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, в рамках его сходства с коммерческим обозначением лица, подавшего возражение, следует признать недоказанным.

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

**отказать в удовлетворении возражение, поступившего 06.12.2024, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №1067499.**