

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном четвертой частью 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 апреля 2020 г. № 644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25 августа 2020 г. № 59454, вступившими в силу 06.09.2020, рассмотрела возражение, поступившее 12.07.2021, поданное ООО «Сити Тур», Санкт-Петербург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2019754822, при этом установлено следующее.



Обозначение «» по заявке №2019754822 было подано 29.10.2019 на регистрацию товарного знака на имя заявителя в отношении следующих услуг 35, 39, 41 классов МКТУ:

35 - изучение общественного мнения; изучение рынка; макетирование рекламы; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; оформление рекламных материалов; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама наружная.

39 - аренда автобусов; бронирование транспортных средств; информация по вопросам перевозок; организация транспорта для туристических маршрутов; перевозка в бронированном транспорте; перевозки автобусные; перевозки пассажирские; посредничество при перевозках; посредничество при фрахтовании; прокат транспортных средств; сопровождение путешественников; услуги водителей; услуги транспортные; услуги транспортные для туристических поездов.

41 - информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; развлечение гостей; развлечения; услуги гидов; услуги образовательно-воспитательные; услуги переводчиков; услуги по распространению билетов [развлечение]; фотографирование.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности 12.03.2021 было принято решение (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Указанное мотивировано тем, что входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «SAINT-PETERSBURG» и «CITY TOUR» (Saint-Petersburg – с англ. языка «Санкт-Петербург» – город федерального значения Российской Федерации, административный центр Северо-Западного федерального округа, место нахождения высших органов власти Ленинградской области; CITY TOUR – с англ. языка «ЭКСКУРСИЯ ПО ГОРОДУ» см. <https://www.gov.spb.ru/>; <http://www.visit-petersburg.ru/ru/>; Санкт-Петербург, столица России/История // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890—1907; <https://translate.yandex.ru/>), занимающие доминирующее положение, являются неохранными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладают различительной способностью, указывают на местонахождение заявителя, место оказания услуг, а также на назначение услуг.

Экспертиза также отмечает, что представленные заявителем дополнительные материалы не могут служить мотивом для изменения вышеизложенного мнения, поскольку не являются достаточными, а кроме того, их часть не содержит документов о маркировке товаров (услуг) заявленным обозначением. Отмечено также, что исключительное право на товарный знак распространяется на всю территорию Российской Федерации, а представленные документы свидетельствуют об использовании обозначения только на территории Санкт-Петербурга.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 12.07.2021, заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака.

Соглашаясь с мнением экспертизы в отношении словесного элемента «SAINT-PETERSBURG» и признанием наименования города неохраняемым в составе товарного знака, заявитель выражает свое несогласие с мнением экспертизы Роспатента о неохраноспособности словесного элемента «CITY TOUR».

По мнению заявителя, для установления факта охраноспособности словесных элементов «CITY TOUR» в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ не требуется доказывать приобретение заявленным обозначением различительной способности, так как для этих услуг словесные элементы «CITY TOUR» являются фантазийными и не указывают на назначение услуг, то есть для них эти словесные элементы являются охраняемыми.

В отношении заявленных услуг 39 и 41 классов МКТУ заявитель представил следующие сведения.



Заявленное обозначение «CITY TOUR Saint Petersburg» было придумано, разработано и введено в гражданский оборот ООО «Балтик Трэвел Компани» - аффилированным с заявителем лицом. В целях оптимизации бизнес-процессов и увеличение спроса на автобусные экскурсии руководством ООО «Балтик Трэвел Компани» было принято решение выделить данные услуги в отдельную ветвь бизнеса и передать руководство ею заявителю.

Заявитель обращает внимание на то, что словесные элементы «Сити Тур», входящие в фирменное наименование заявителя, представляют собой фонетическую транскрипцию словесного элемента «CITY TOUR», входящего в состав заявленного обозначения.

Заявленное обозначение, известное на рынке туристических услуг с 2008 года, является масштабным проектом по привлечению иностранных туристов и увеличению спроса на туризм внутри страны.

В возражении отмечено, что двухэтажные экскурсионные автобусы под обозначением  курсируют по нескольким маршрутам в центре города,

предоставляя туристам обзорные экскурсии в формате «hop-on – hop-off», которые пользуются большой популярностью у иностранных туристов.

Заявитель утверждает, что в сознании потребителей сформирована устойчивая ассоциативная связь между заявленным обозначением и услугами, которые им оказываются и реализуются.

Заявленное обозначение является частью фирменного стиля и используется как единое, неделимое на всех этапах коммерческой деятельности - на фирменных бланках, визитках, бейджах и форме сотрудников, дисконтных картах, папках, сувенирной продукции, упаковочной продукции, сертификатах, размещается на рекламных плакатах, фирменном автотранспорте, в том числе, узнаваемых двухэтажных туристических автобусах, на вывесках офисов.

Реклама услуг под заявленным обозначением размещена в печатных СМИ, в том числе в газете «METRO», ежедневный тираж которой составляет 260 000 экземпляров.

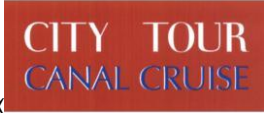
Заявителю принадлежит доменное имя www.citytourspb.ru, зарегистрированное в 2008 году. Сайт администрируется ООО «Сити Тур» для продвижения самого

общества, его деятельности, а также услуг под обозначениями



и



В качестве дополнительного подтверждения охраноспособности словесных элементов «CITY TOUR» заявитель ссылается на товарный знак «» по свидетельству № 582720, зарегистрированный в отношении услуг 39 класса МКТУ, который был противопоставлен заявленному обозначению в процессе экспертизы.

В результате того, что правообладатель этого товарного знака предоставил заявителю письмо-согласие на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака, данное противопоставление было снято.



Заявитель также ссылается на регистрацию товарного знака «» по свидетельству №813815 (заявка № 2019742709), правообладателем которой он является. В процессе экспертизы этого обозначения заявителю также было направлено уведомление о результатах проверки заявленного обозначения требованиям законодательства с указанием тех же оснований для отказа в регистрации, что и по заявленному обозначению. Основание для отказа в регистрации по пункту 1 статьи 1483 Кодекса было снято экспертизой ФИПС Роспатента с учетом комплекта представленных материалов, подтверждающих приобретенную различительную способность заявленного обозначения. В качестве доказательств приобретенной



обозначением «» различительной способности в Роспатент был направлен такой же комплект документов, как и по заявке №2019754822.

Заявитель полагает, что регистрация в качестве товарного знака обозначения



«» и отказ в регистрации обозначения «» ущемляет его права в качестве правообладателя товарных знаков.



Заявитель отмечает, что включение в состав заявленного обозначения словесных элементов «SAINT- PETERSBURG» само по себе не ограничивает территорию использования и известности обозначения пределами одного города.

Специфика туристических услуг - это предварительное и заблаговременное бронирование и планирование путешествий и передвижения. Туристические компании, туристы из других регионов Российской Федерации и других стран мира могут в сети Интернет и иными способами получить информацию о заявителе, видах услуг, забронировать и оплатить выбранные услуги. При этом нет необходимости лично находиться на территории Санкт-Петербурга, в том числе и лицу, оказывающему услуги. Современные информационные технологии и системы безналичной оплаты позволяют найти, выбрать и оплатить понравившуюся услугу удаленно, в режиме



онлайн. Таким образом, использование обозначения «» только на территории Санкт-Петербурга не опровергает факта приобретения обозначением различительной способности для заявленных услуг 39 и 41 классов МКТУ и его известности не только в одном городе.

В возражении приведены ссылки на товарные знаки (свидетельства №№732693, 640401, 632217, 419807, 277960, 492422), которые зарегистрированы на имя музеев, театров, т.е. учреждений, расположенных в одном конкретном месте, с одним конкретным неизменным адресом. При этом вхождение в товарный знак названия населенного пункта не является основанием для ограничения прав правообладателя на товарный знак.

На основании изложенного заявитель просит вынести решение о регистрации товарного знака по заявке № 2019754822.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Информация и материалы по заявке № 2019754822.
2. Информация и материалы по товарному знаку по свидетельству № 813815.
3. Распечатка с сайта ФИПС о товарном знаке по свидетельству № 582720.
4. Письмо-согласие (копия) от имени правообладателя товарного знака по свидетельству № 582720.
5. Данные ООО «Сити Тур», включая копию устава, выписку из ЕГРЮЛ, свидетельство ИНН, лист записи.
6. Данные о партнерах - аффилированных лицах ООО «Сити Тур», включая выписки из ЕГРЮЛ относительно юридических лиц ЗАО «Балтик Трэвэл», ООО «Балтик Трэвэл Сервис», ИНН 7802307381, ООО «Балтик Трэвэл Компани».
7. Договоры между партнерами, включая договор между ЗАО «Балтик Трэвэл» и ООО «Балтик Трэвэл Сервис»; договор между ООО «Балтик Трэвэл Сервис» и ООО «Сити Тур».
8. Государственный контракт № 5/05 от 06.05.2008 (заказчик - Комитет по инвестициям, исполнитель – ЗАО «Балтик Трэвэл») с приложениями.

9. Договор № 07-К/18 от 27.07.2018 между ООО «Кассир РУ» (заказчик) и ООО «Сити Тур» (исполнитель) с приложениями.

10. Перечень предприятий-представителей ООО «Сити Тур».

11. Договор (без номера и даты) о создании, продвижении и реализации совместных туристских продуктов между ООО «Единый Центр Водного Туризма» и ООО «Сити Тур», с приложениями.

12. Договор о сотрудничестве № 1492019-31 по городской туристской программе «Карта гостя Санкт-Петербурга» от 29.04.2019, заключенный между ООО «Сити Тур» и ООО «Карта гостя - оператор городской туристской программы «Карта гостя Санкт-Петербурга» с приложениями.

13. Соглашение №190311/1 о взаимодействии с хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю, выполнение работ и оказание платных услуг непосредственно населению, в том числе предоставление услуг общественного питания от 11.03.2019, заключенное между Санкт-Петербургским государственным казенным учреждением «Центр информационного сопровождения» и ООО «Сити Тур» с приложениями.

14. Договор по береговому обслуживанию пассажиров № 01/08-19 от 10.08.2019, заключенный между Global Cruises LLC (клиент) и ООО «Сити Тур» (исполнитель), с приложением и актом.

15. Отчеты о реализации билетов на обзорные экскурсии «Сити Тур Санкт-Петербург», «City Tour Saint Petersburg», «Сити Тур + Сити Круиз», (сотрудничество с ООО «Тикетсклауд» по договору 17102018-7) за 2019 год.

16. Акты о выполнении услуг по рекламе и продвижению информационного ресурса «citytours.spb.ru» в поисковых системах Yandex и Google по заказу ООО «Сити Тур» за 2019 год.

17. Информация о продукции, маркированной заявленным обозначением:

- перечень продукции;
- производство рекламной продукции: договоры, счета, акты;
- размещение информации в сети Интернет;
- оформление автобусов;

- бланки, рекламные буклеты, публикации о звукозаписях экскурсий на иностранных языках и о создании авторских маршрутов;

- примеры использования обозначения на одежде, рекламных носителях.

18. Информация в сети Интернет на сайтах партнеров.

19. Благодарственные письма.

20. Информация на сайтах партнеров Интернет.

21. Отрывок звукозаписи EN138 Завершение экскурсии (00_43).

22. Карта маршрута.

23. Буклет-журнал.

24. Информация о сайте citytourspb.ru, включая данные РУ-Центр, содержание сайта и его архивные данные (archive.org).

В дополнение к ранее представленным материалам от заявителя поступила просьба о приобщении к делу заявки следующих документов (25):

1. справки об объеме услуг, оказанных ООО «Сити Тур» в период с 2018 по 2020 годы включительно, который составил 105994 тысячи рублей.

2. справки по объемам вложений ООО «Сити Тур» в рекламу с 01.07. 2019 по 15.07.2021, который составил 1 584 603, 87 рублей.

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

С учетом даты (29.10.2019) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя 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 Минэкономразвития России от 20 июля 2015 года №482 и введенные в действие 31 августа 2015г. (далее — Правила).

В соответствии с подпунктом 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, в частности, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество,

свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

Положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые приобрели различительную способность в результате их использования.

В соответствии с пунктом 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса и пунктом 35 Правил указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Как указано выше, в качестве товарного знака заявлено комбинированное



обозначение «CITY TOUR», включающее словесные элементы «CITY TOUR»,

выполненные заглавными буквами латинского алфавита в две строки, «Saint Petersburg», выполненные строчными с первой заглавной буквами латинского алфавита в две строки, и графический элемент, располагающийся слева от словесных элементов «CITY TOUR», сочетающий в себе два знака препинания – вопросительный (слева, с левым наклоном) и восклицательный (справа, с правым наклоном), располагающиеся под острым углом друг к другу и объединенные единой точкой.

Правовая охрана товарного знака испрашивается в красном, бледно-желтом, белом цветовом сочетании.

Заявитель не оспаривает признание словесных элементов «Saint Petersburg», указывающих на место оказания услуг, неохраяемыми в составе товарного знака.

В отношении словесных элементов «CITY TOUR» коллегия установила следующее.

Словосочетание «CITY TOUR» в переводе с английского языка обозначает: экскурсия по городу, тур по городу (<https://translate.yandex.ru/>).

Из материалов возражения следует, что под заявленным обозначением в городе Санкт-Петербург проводились обзорные экскурсии в формате «hop-on – hop-off».

Экскурсионный тур Hop-On Hop-Off (дословно «Запрыгивать – Выпрыгивать») — это обзорная экскурсия, как правило, на двухэтажном автобусе по определенному маршруту в городе с заранее установленными остановками. В течение срока действия билета (обычно 1, 2 или 3 дня или 24, 48 и 72 часа), каждый его обладатель может выходить и заходить в автобус неограниченное количество раз.

Две самые большие официальные международные компании, которые предоставляют автобусные экскурсии Hop-On Hop-Off - это Big Bus Hop-On Hop-Off и City Sightseeing Hop-On Hop-Off. (<https://otdyhbeztura.com/blog/chto-takoe-hop-on-hop-off.aspx>).

На конец 2014 года сеть City Sightseeing действовала в более чем 100 городах 32-х стран 5-ти континентов. С начала 2010-х годов сеть стала работать на постсоветском пространстве: в Таллине (с 2011 г.) в Эстонии, в Киеве (с 2012 г.) на Украине, в Москве (с 2012 г.), Казани (с 2013 г.), Санкт-Петербурге (с 2015 г.) в

России, в Тбилиси (с 2012 г.) в Грузии, в Баку (с 2014 г.) в Азербайджане (https://ru.wikipedia.org/wiki/City_Sightseeing).

Согласно открытым сведениям из сети Интернет, городские экскурсии (city tour) на двухэтажных красных автобусах в формате «hop-on – hop-off» проводятся не только в Санкт-Петербурге, но и во многих других городах России: в Москве, Ярославле, Казани, Владивостоке.

Таким образом, коллегия не может согласиться с мнением заявителя о том, что словесные элементы «CITY TOUR» вызывают в сознании потребителя устойчивую ассоциативную связь именно с заявителем и услугами, которые он оказывает.

Коллегия полагает неубедительным утверждение заявителя о том, что в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ словосочетание «CITY TOUR» (экскурсия по городу) будет носить фантазийный характер, поскольку в отношении таких услуг, как изучение общественного мнения; изучение рынка; макетирование рекламы; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; оформление рекламных материалов; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама наружная, семантика словосочетания «CITY TOUR» понятна среднему российскому потребителю, формируя у него вполне определенное восприятие их в качестве указания на назначение услуг, связанное с проведением экскурсий по городу, в данном случае, по Санкт-Петербургу.

Соответственно, заявленное обозначение, состоящее из неохраемых описательных элементов, занимающих доминирующее положение в его композиции, относится к обозначениям, которым не предоставляется правовая охрана в соответствии с пунктом 1(3) статьи 1483 Кодекса.

Анализ документов, представленных в подтверждение приобретенной различительной способности заявленного обозначения, показал следующее.

Материалы (1) – (4), содержащие переписку по заявке №2019754822 с ведомством, сведения о товарных знаках по свидетельству №813815 и по свидетельству №582720, носят информационный характер, не относящийся к деятельности заявителя с использованием заявленного обозначения.

Большая часть представленных материалов (5), (9) – (14), (19) относится к деятельности заявителя под своим фирменным наименованием (ООО «Сити Тур») и включает договоры и соглашения, заключенные с различными организациями, для обеспечения возможности осуществления такой деятельности: договор (без номера и даты) о создании, продвижении и реализации совместных туристских продуктов с ООО «Единый Центр Водного Туризма» (11); договор о сотрудничестве по городской туристской программе «Карта гостя Санкт-Петербурга» от 29.04.2019, заключенный с ООО «Карта гостя - оператор городской туристской программы «Карта гостя Санкт-Петербурга» (12); соглашение о взаимодействии с хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю, выполнение работ и оказание платных услуг непосредственно населению, в том числе предоставление услуг общественного питания от 11.03.2019, заключенное с Санкт-Петербургским государственным казенным учреждением «Центр информационного сопровождения» (13); договор по береговому обслуживанию пассажиров от 10.08.2019, заключенный с Global Cruises LLC (14), при этом указанные документы не содержат ссылок на заявленное комбинированное обозначение.

Благодарственные письма, диплом и почетная грамота (19) также не содержат в себе ссылок на заявленное обозначение, кроме того, только почетная грамота, которой был в 2020 году награжден генеральный директор ООО «Сити Тур» Фильков И.А., содержит упоминание о заявителе в лице ООО «Сити Тур».

Часть документов (16) – (23) представляет собой рекламные материалы (буклеты, карты), рекламные публикации, информирующие о содержании обзорных экскурсий с предложением к продаже экскурсионных туров по городу под фирменным наименованием заявителя. Часть этих документов в качестве иллюстрации содержит фотографии автобусов с нанесенными на них заявленным обозначением



и товарным знаком



по свидетельству № 813815, также

принадлежащим заявителю.

Коллегия полагает, что указанные материалы не могут служить убедительным доказательством приобретенной различительной способности словесных элементов «CITY TOUR» даже в отношении услуг 39 класса МКТУ, относящихся к деятельности по предоставлению экскурсионных туристических услуг, которые являются основным видом экономической деятельности заявителя, поскольку не отражают степень информированности российских потребителей на территории Российской Федерации о заявленном обозначении и услугах, которые оказываются заявителем под этим обозначением, включая результаты социологических опросов.

Представленные отчеты о реализации билетов (15) содержат сведения о проведенных экскурсиях, однако большая часть этих документов информирует о проведении экскурсий под обозначением «Сити Тур Санкт-Петербург» или «Сити Тур + Сити Круиз», при этом в документах отсутствует изображение самих обозначений.

Кроме того, представленные сведения относятся к 2019 году, в силу чего нельзя сделать обоснованный вывод о длительности использования заявленного обозначения на дату подачи заявки (29.10.2019).

Коллегия также не может сделать обоснованный вывод об интенсивности использования заявленного обозначения до даты подачи заявки, поскольку, как следует из представленных материалов, в рекламе использовалось в основном

обозначение , зарегистрированное в качестве товарного знака по свидетельству № 813815.

Государственный контракт (8), заключенный 06.05.2008 между Государственным заказчиком в лице Комитета по инвестициям и стратегическим проектам (Санкт – Петербург) и исполнителем в лице ЗАО «Балтик Трэвэл», касался стратегии развития инвестиционной привлекательности Санкт-Петербурга как туристического центра, в частности, оказания комплекса услуг по организации обзорной автобусной экскурсии по Санкт-Петербургу европейского уровня «Сити-тур Санкт-Петербург», т.е. уже известного в Европе формата обзорных автобусных экскурсий по городу.

При этом, согласно документам, приложенным к контракту (8), первоначально при проведении обзорных экскурсий предполагалось использовать иное обозначение  «CITY TOUR SAINT-PETERSBURG», которое отличается от заявленного обозначения. Именно это обозначение использовалось на экскурсионных автобусах в 2013-2016 годах, о чем свидетельствуют архивные сведения, размещенные на сайте citytourspb.ru (24).

Таким образом, утверждение заявителя о том, что заявленное обозначение известно на рынке туристических услуг с 2008 года носит декларативный характер.

Что касается других услуг, включенных в перечень 35 (*изучение общественного мнения; изучение рынка; макетирование рекламы; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; оформление рекламных материалов; прокат рекламных материалов; публикация рекламных текстов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама наружная*), 39 (*аренда автобусов; бронирование транспортных средств; информация по вопросам перевозок; перевозка в бронированном транспорте; перевозки пассажирские; посредничество при перевозках; посредничество при фрахтовании; прокат транспортных средств; сопровождение путешественников; услуги водителей; услуги транспортные*) и 41 (*информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; развлечение гостей; развлечения; услуги гидов; услуги образовательно-воспитательные; услуги переводчиков; услуги по распространению билетов [развлечение]; фотографирование*) классов МКТУ, то возражение не содержит материалов, на основании которых можно было бы сделать обоснованный вывод не только о приобретенной различительной способности заявленного обозначения в отношении каждой из этих услуг, но и о том, оказывались ли такие услуги заявителем с использованием заявленного обозначения третьим лицам.

Коллегия отмечает, что совокупность представленных материалов, включая справки об объемах оказанных услуг и вложений в рекламу (25), касаются деятельности заявителя в лице ООО «Сити Тур» в целом, соответственно не

представляется возможным выделить из них сведения, относящиеся к объему оказанных услуг под заявленным обозначением.

Таким образом, утверждение заявителя о том, что в сознании потребителей сформирована устойчивая ассоциативная связь между заявленным обозначением и услугами, которые им оказываются и реализуются, носит декларативный характер.



Ссылка заявителя на регистрацию товарного знака «CITY TOUR CANAL CRUISE» по свидетельству №582720 не может служить подтверждением охраноспособности словесных элементов «CITY TOUR», поскольку таким доказательством могут служить только фактические сведения, перечисленные в пункте 35 Правил.

Ссылки на товарные знаки (свидетельства №№732693, 640401, 632217, 419807, 277960, 492422), которые зарегистрированы на имя учреждений культуры, расположенных в конкретном месте, не могут быть приняты во внимание, поскольку не всегда имеются сведения о том, что решения о регистрации этих товарных знаков были приняты при сравнимых фактических обстоятельствах и в схожей правовой ситуации.

Резюмируя изложенное, коллегия полагает, что решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2019754822 следует признать обоснованным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 12.07.2021, и оставить в силе решение Роспатента от 12.03.2021.