


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела поступившее 15.11.2022 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 724925, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Компания по девелопменту горнолыжного курорта «Роза Хутор», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.



Оспариваемый товарный знак «  » по заявке № 2019719630 с приоритетом от 24.04.2019 зарегистрирован 23.08.2019 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 724925 на имя Непубличного акционерного общества «Красная поляна», г. Сочи (далее – правообладатель), в отношении товаров 32 и услуг 35, 36, 39, 41, 43, 44 классов МКТУ.

В возражении, поступившем 15.11.2022, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 724925 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 1, 3 (1) статьи 1483 Кодекса, а также требований статьи 10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Заинтересованность в оспаривании правовой охраны товарного знака по свидетельству № 724925 обоснована тем, что лицо, подавшее возражение, владеет курортом, расположенным в селе Эстосадок, то есть в одной с курортом правообладателя курортной зоне. Курорт лица, подавшего возражение, индивидуализируется обозначением «РОЗА ХУТОР», а курорт правообладателя до 2019 года индивидуализировался обозначением «ГОРОД ГОРКИ», пока правообладателем не был сделан «ребрендинг». Также приведены сведения о споре сторон, рассмотрение которого прекращено антимонопольным органом в связи с правом правообладателя на товарный знак № 724925.


В возражении поясняется, что наименование «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» представляет собой топоним (название поселка). Это наименование прочно ассоциируется у потребителей с группой курортов в Краснодарском крае, построенных в связи с проведением Олимпиады в 2014 году, о чем приведены данные социологического опроса потребителей (ВЦИОМ) и лингвистического заключения от 25.11.2019, как следствие, имеются основания для признания наименования «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» вошедшим во всеобщее употребление в качестве обозначения услуг определенного вида. Использование обозначения «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» разными производителями подтверждается сведениями о предложениях услуг по бронированию «туров в Красную поляну» туристическими компаниями.

В возражении указано, что курортная зона «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» включает три курорта: «РОЗА ХУТОР», «ГОРКИ ГОРОД» (сейчас переименован в «КУРОРТ КРАСНАЯ ПОЛЯНА») и «ЛУИЗА и АЛЬПИКА-СЕРВИС», которые принадлежат разным лицам.


По мнению обратившегося с возражением лица, изменение правообладателем наименования своего курорта с «ГОРКИ ГОРОД» на «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» преследует своей целью воспользоваться устоявшейся известностью соответствующего наименования среди потребителей, которые, как показали результаты опроса, не воспринимают название «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» в качестве названия всей курортной зоны, что не соответствует действительности,

следовательно, обуславливает введение потребителей в заблуждение. Курорт «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» расположен вне курортной зоны поселка городского типа Красная Поляна, в связи с чем оспариваемый товарный знак вводит потребителей в заблуждение относительно места происхождения товаров и услуг (пункт 3 статьи 1483 Кодекса).



Также лицо, подавшее возражение, усматривает, что элемент «» оспариваемого товарного знака не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой букву «К», не имеющую словесного характера. Лицом, подавшим возражение, обнаружены сходные логотипы, используемые иными участниками хозяйственных отношений (<https://www.tokopedia.com/kcckarya>, <https://kid.io/invest-safe-learning-environment/>, <https://web.archive.org/web/20180907171908/https://kid.io/>, https://opencorporates.com/companies/us_fl/F16000003943/, <https://klarosyayinlari.com/>, <http://www.nicin.biz/paylastikca-buyuyecek-siir/>, товарный знак по свидетельству № 70097, <https://vk.com/koloritks>, <https://appadvice.com/app/kibii-micro-bucket-lists/1369297023>, [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.kibiia](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.kibiia&hl=ru&gl=US), <https://www.youtube.com/channel/UC9t2cQgX0OuTqj3UneclzEA>).



Кроме того, лицо, подавшее возражение, полагает, что элемент «» не доминирует в составе оспариваемого товарного знака, что при отсутствии охраноспособности словесной части «КУРОРТ КРАСНАЯ ПОЛЯНА» должно было повлечь решение об отказе в регистрации товарного знака. В то же время при



признании доминирования элемента «» регистрация товарного знака также не соответствует пункту 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку доминирует неохраняемый элемент товарного знака.

В завершение ООО «Компания по девелопменту горнолыжного курорта «Роза Хутор» приводит доводы о недобросовестности действий правообладателя и о наличии оснований для признания их злоупотреблением правом.

На основании изложенного в возражении выражена просьба о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 724925.

С возражением представлены следующие материалы:

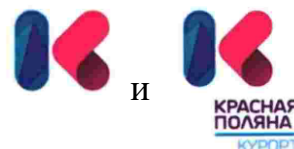
(1) распечатки сведений из Единого государственного реестра юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ) в отношении лица, подавшего возражение, и правообладателя;

(2) распечатка сведений в отношении товарного знака по свидетельству № 724925;

(3) копия лингвистического заключения от 25.11.2019;

(4) копия Отчета ВЦИОМ «Восприятие серии обозначений «Курорт Красная Поляна», Москва, 2019 г.;

(5) копия Отчета ВЦИОМ «Восприятие обозначений (ТЗ № 724925)»;



(6) распечатки с сайтов <https://getski.me>, <https://krasnayapolyanaresort.ru/>, <https://rosakhutor.com/>, <https://forum.ski.ru>, <https://www.sunmar.ru>, <https://www.coral.ru>, <https://riderhelp.ru>, <https://pegas-turistik.ru>, <https://www.vedomosti.ru>, <https://www.sochilens.ru>, <https://www.kommersant.ru>, <https://kubnews.ru>, <https://www.atorus.ru>, <https://kuban24.tv>, <https://profi.travel>;


(7) скриншоты <http://asgard-design.com/portfolio/krasnaya-polyana/>, https://vk.com/wall-70835498_10319, https://vk.com/wall416094575_6322, https://vk.com/wall-213478751_10, https://vk.com/wall710227042_100, https://vk.com/wall-37173834_1476, <https://krasnayapolyanaresort.ru>, https://vk.com/keramamika?w=wall684325986_213%2Fall, https://vk.com/a.gabdullina90?w=wall9381411_6336, https://vk.com/vasilii_fedyunin?w=wall4505053_5069, https://vk.com/irinaastreia?w=wall41782738_12507%2Fall.

Правообладатель ознакомился с возражением и 26.12.2022 представил отзыв по его мотивам, в котором ставит под сомнение заинтересованность обратившегося с возражением лица, а также приводит сведения о рассмотрении спора антимонопольным органом, в котором было принято во внимание, что наименование «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» включено в фирменное наименование

правообладателя, а слова «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» являются неохраняемыми элементами товарного знака, что свидетельствует об отсутствии препятствий для использования географического названия иными лицами.

Правообладатель указал на то, что доводы возражения о том, что изменение наименования направлено на вытеснение лица, подавшего возражение, с рынка, являются надуманными и не подтверждены соответствующими доказательствами.





В отзыве отмечается, что элемент «» оспариваемого товарного знака занимает в нем доминирующее положение и обладает высокой степенью различительной способности, поскольку означает «Я ♥ ГОРЫ» (левая часть – буква «I», внутри нее – стилизованные горы, правая часть – сердце, повернутое на 90°). Также правообладатель просит считать оспариваемое обозначение комбинацией, обладающей различительной способностью.

В отношении результатов социологического опроса правообладатель указал на его недостатки, которые могли привести к направленным ответам респондентов, а в отношении лингвистического заключения отметил, что в действительности проблемы разграничения наименования географического объекта и наименования курорта не существует.

Правообладатель также сообщил, что им было инициировано социологическое исследование (ИС РАН), по данным которого сайт правообладателя ассоциируется у потребителей с сайтом одного конкретного курорта, а не всей курортной зоны, а



товарные знаки «» и «» по свидетельствам №№ 724922 и 724923 с одним правообладателем. Курорт правообладателя расположен в Краснополянском поселковом округе г. Сочи. Как следствие, правообладатель убежден в том, что оспариваемый товарный знак не способен вводить потребителей в заблуждение относительно места происхождения товаров и услуг.

В отношении доводов возражения о злоупотреблении правообладателем правом в отзыве приведены сведения о выводах антимонопольного органа, не

усмотревшего нарушения антимонопольного законодательства и прекратившего рассмотрение дела, инициированного лицом, подавшим возражение. Правомерность Определения антимонопольного органа подтверждена судом (дело № СИП-471/2020, дело № А32-30303/2020). Правообладатель полагает, что действия лица, подавшего возражение, связанные с оспариванием правовой охраны товарного знака, должны квалифицироваться как злоупотребление правом.

На основании изложенного в отзыве выражена просьба отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 724925.

С отзывом представлены следующие материалы:

(8) копия решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю (далее – УФАС России по Краснодарскому краю) от 03.03.2020 № 6357/7;

(9) копия отзыва УФАС России по Краснодарскому краю;

(10) копия Постановления Суда по интеллектуальным правам от 27.11.2020 по делу № СИП-471/2020;

(11) копия определения УФАС России по Краснодарскому краю от 27.04.2020;

(12) копия решения Арбитражного суда Краснодарского края от 08.12.2020 по делу № А32-30303/2020;

(13) копия Постановления Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 27.04.2021 по делу № А32-30303/2020;

(14) копия заключения Лаборатории социологической экспертизы Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН от 18.03.2020 № 31-2020;

(15) рецензия в отношении Отчета ВЦИОМ (5);

(16) сведения о финансовых результатах по данным ФНС России за 2021 год;

(17) Распоряжение Правительства РФ о создании игровой зоны «Красная поляна»;

(18) копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица;

(19) копия свидетельства о внесении записи о юридическом лице в ЕГРЮЛ;

(20) сведения о полномочиях директора.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 16.01.2023, лицом, подавшим возражение, приобщен оригинал Отчета ВЦИОМ (5).

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

С учетом даты (24.04.2019) подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает 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 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;

2) являющихся общепринятыми символами и терминами;

3) 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;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или

схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также 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.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

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



Оспариваемый товарный знак «  » по свидетельству № 724925 представляет собой комбинированное обозначение, которое состоит из

изобразительного элемента в виде композиции фигур оригинальной формы и словесных элементов «КРАСНАЯ ПОЛЯНА», «КУРОРТ», выполненных в кириллице стандартным шрифтом, разделенных горизонтальной чертой. Товарный знак охраняется в отношении товаров 32 и услуг 35, 36, 39, 41, 43, 44 классов МКТУ с указанием слов «КРАСНАЯ ПОЛЯНА», «КУРОРТ» в качестве неохраняемых элементов.

Правообладатель в своем отзыве выразил несогласие с возможностью признания обратившегося с возражением лица заинтересованным в оспаривании правовой охраны товарного знака по смыслу положений статьи 1512 Кодекса и усмотрел в факте подачи возражения признаки злоупотребления правом.

В связи с указанным доводом коллегия отмечает, что действующее законодательство не конкретизирует понятие «заинтересованное лицо» и в то же время не содержит ограничений по видам заинтересованности.

Заинтересованность устанавливается в каждом отдельном случае применительно к конкретным основаниям оспаривания предоставления правовой охраны товарному знаку.

Анализ заинтересованности лица, подавшего возражение, показал следующее.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ (1), основным видом деятельности лица, подавшего возражение, является деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания. Также лицо, подавшее возражение, имеет лицензии на розничную продажу алкогольной продукции (23РПО0008329 от 29.12.2017, 23РПО0008426 от 05.02.2018, 23РПО0012654 от 21.12.2021, 23РПО0012659 от 24.12.2021, 23РПО0012727 от 29.01.2022, 23РПО0008175 от 16.02.2022, 23РПО0012860 от 26.04.2022), медицинскую деятельность (ЛО-23-01-012589 от 01.08.2018), деятельность по перевозкам пассажиров и иных лиц автобусами (АК 77-000122 от 27.05.2019).

На сайте лица, подавшего возражение (<https://rosakhutor.com>) (6), приведены данные о включении его в реестр туроператоров (РТО 009946).

Таким образом, обратившееся с возражением лицо может быть признано имеющим намерение и/или возможности осуществлять виды деятельности,

перечисленные выше, что соотносится с товарами и услугами 32, 35, 36, 39, 41, 43 и 44 классов МКТУ, указанными в перечне оспариваемой регистрации.

Согласно распечатке <https://pegas-turistik.ru> из сети Интернет (6), «Популярный российский горнолыжный центр «Красная поляна» объединяет четыре курорта на склонах Кавказских гор, находится в Адлерском районе в районе Большого Сочи и представляет широкие возможности для активного и комфортного отдыха» <...> «Курорты «Красной поляны» – Газпром «Альпика», Газпром «Лаура», «Горки Город», «Роза Хутор». Лицом, подавшим возражение, поясняется (и не опровергается правообладателем), что комплексы «Роза Хутор» и «Горки Город» сторон спора расположены в непосредственной близости друг от друга в с. Эстосадок.

Представленные в материалы дела сведения иллюстрируют спорные правоотношения лица, подавшего возражение, и правообладателя, инициированные в связи с изменением наименования курорта «Горки Город» (дела №№ СИП-471/2020, А32-30303/2020).

Важно отметить, что в данном случае правовая охрана товарного знака по свидетельству № 724925 оспаривается по основаниям, в соответствии с которыми не допускается регистрация товарных знаков, не обладающих различительной способностью, вошедших во всеобщее употребление, характеризующих товары, в отношении которых произведена такая регистрация, вводящих потребителей в заблуждение, что означает необходимость применения обозначения различными субъектами предпринимательской деятельности и/или нарушение прав неограниченного круга лиц – потребителей.


Названные обстоятельства в своей совокупности свидетельствуют о достаточности имеющихся сведений для признания заинтересованности лица, подавшего возражение, в оспаривании предоставления правовой охраны товарного знака по свидетельству № 724925, что не означает признания убедительности доводов возражения по существу о несоответствии спорной регистрации указанным в возражении положениям законодательства.


По возражениям против предоставления правовой охраны товарному знаку основания для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку определяются исходя из законодательства, действовавшего на дату подачи заявки в Роспатент (см. пункт 27 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

Исходя из сказанного, соответствие оспариваемого товарного знака требованиям охраноспособности (статья 1483 Кодекса) устанавливается, в отличие от заинтересованности, на 24.04.2019.

В возражении приведены мотивы, касающиеся несоответствия элементов оспариваемого товарного знака и всего товарного знака в целом требованиям абзаца первого пункта 1, подпункта 1 пункта 1, подпункта 3 пункта 1, абзаца шестого пункта 1, подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В рамках требований абзаца первого пункта 1 статьи 1483 Кодекса лицо,


подавшее возражение, указывает на отсутствие у элемента «» различительной способности в силу того, что он представляет собой букву «К», а также в силу использования аналогичного элемента иными субъектами, о чем приведены источники сети Интернет <https://www.tokopedia.com/kcckarya>, <https://kid.io/invest-safe-learning-environment/>, <https://web.archive.org/web/20180907171908/https://kid.io/>, https://opencorporates.com/companies/us_fl/F16000003943/, <https://klarosyayinlari.com/>, <http://www.nicin.biz/paylastikca-buyuyecek-siir/>, <https://vk.com/koloritks>, <https://appadvice.com/app/kibii-micro-bucket-lists/1369297023>, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.kibiiapp.kibii&hl=ru&gl=US>, <https://www.youtube.com/channel/UC9t2cQgX0OuTqj3UneclzEA> и сведения о товарном знаке по свидетельству № 70097.


Что касается довода об отсутствии у элемента «» различительной способности в связи с тем, что он является простой буквой «К», то имеющееся графическое исполнение этого элемента не позволяет признать его простой отдельной буквой, поскольку оно придает этому элементу объем, цвет и


возможность различной интерпретации (в том числе, упомянутой в отзыве), формируя целостное восприятие в качестве изобразительного элемента.

Проанализировав представленные примеры эмблем и логотипов, подобранные лицом, подавшим возражение, на основе информации из сети Интернет, у коллегий нет оснований для вывода о том, что указанное графическое исполнение является традиционным в России для маркировки товаров и услуг оспариваемого перечня.

Так, большинство представленных примеров касается территорий иностранных государств и/или не относится к исследуемому коллегией периоду (до

24.04.2019). Ссылка на регистрацию товарного знака «» как свидетельство утраты различительной способности спорного элемента представляется неубедительной, поскольку сам факт регистрации изображения, напротив, свидетельствует о признании его охраноспособности. Сравнительная же оценка

этого товарного знака с элементом «» оспариваемого обозначения не может быть проведена в рамках поданного возражения, поскольку относится к рассмотрению спора по иным (относительным) основаниям, предполагающим нарушение прав правообладателя противопоставляемого товарного знака, коим лицо, подавшее возражение, не является.

Таким образом, отсутствуют основания для вывода о том, что элемент «» оспариваемого товарного знака не обладает различительной способностью.

Согласно иным доводам возражения, словесный элемент «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» оспариваемого товарного знака вошел во всеобщее употребление для обозначения услуг определенного вида, то есть не соответствует подпункту 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В связи с данными доводами, необходимо пояснить, что 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.

Только при наличии всех перечисленных выше признаков обозначение может быть отнесено к категории вошедших во всеобщее употребление как обозначение товаров / услуг определенного вида.

Обозначение становится видовым названием (наименованием) товара / услуги в том случае, когда оно прочно входит в обиход не только широких кругов потребителей, но и специалистов соответствующих отраслей производства, представителей торговых кругов, причем среди двух последних категорий использование обозначения в качестве названия (наименования) товара не носит узкоспециального или жаргонного характера. В сознании всех перечисленных категорий возникает устойчивая однозначная связь между товаром или услугой, обладающими определенными признаками, свойствами, качествами, и тем обозначением, которое используется в качестве его или ее названия (наименования). Примерами обозначений, вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида, являются: термос, вазелин, линолеум, эскимо и т.д.

Сведения скриншотов и распечаток с сайтов <http://asqard-design.com/>, <https://krasnayapolyanaresort.ru/>, <https://rosakhutor.com/>, <https://vk.com>, <https://forum.ski.ru>, <https://www.sunmar.ru>, <https://riderhelp.ru>, <https://pegas-turistik.ru>, <https://www.vedomosti.ru>, <https://sochilens.ru>, <https://www.kommersant.ru>, <https://kubnews.ru>, <https://www.atorus.ru>, <https://kuban24.tv>, <https://profi.travel> (6) и (7) не относятся к исследуемому коллегией периоду (ранее 24.04.2019), при этом не

демонстрируют использование наименования «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» в качестве вида услуги.

Лингвистическое заключение (3) представляет собой мнение конкретного лица относительно возможности восприятия словосочетания «КРАСНАЯ ПОЛЯНА», базирующееся на статьях и публикациях художественного, рекламного и новостного характера, в связи с чем является субъективным и не подтверждает факт превращения словосочетания «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» в наименование вида услуги.

Что касается представленных с возражением результатов опросов (4), (5) потребителей, то они также не иллюстрируют возможность квалификации обозначения «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» в качестве видового наименования услуги, поскольку анкеты исследований не включают вопросы соответствующего содержания. Например, вопрос о возможности восприятия потребителями предложения «покататься на лыжах в Красной Поляне» (Q4) в отчете (4) содержит исчерпывающий перечень ответов и формулирует вид предполагаемой к ассоциациям услуги непосредственно в вопросе наравне с ассоциациями о месте оказания услуг. Следовательно, результаты ответов респондентов на такой вопрос не могут служить доказательством несоответствия элемента «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» оспариваемого товарного знака подпункту 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Следует отметить, что упоминания наименования «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» в различных публикациях сети Интернет сами по себе не приводят к вхождению спорного обозначения во всеобщее употребление в качестве обозначения услуг определенного вида, поскольку для такого вывода требуется наличие фактических доказательств того, что:

- спорное словосочетание используется как лицами, оказывающими услуги, так и специалистами в области оказания таких услуг в неизменном значении длительный период времени;

- такое использование носит независимый характер и привело к тому, что словосочетание «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» стало видовым, то есть однозначно и очевидно называющим услугу или услуги определенного вида.

В данном случае такие доказательства не представлены.

Таким образом, довод лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям подпункта 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса является недоказанным.

Анализ соответствия оспариваемого товарного знака подпункту 3 пункта 1 и абзаца шестого пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Словосочетание «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» оспариваемого товарного знака представляет собой название пгт в составе Бол. Сочи, Краснодарский край. Основан как селение Романовское в 1869 г. Название по императорской фамилии – здесь предполагалось основать царский курорт и неофициально селение называли Царской Поляной. Не позднее 1938 г. переименовано в Красная Поляна (см. Географические названия мира: Топонимический словарь. — М: АСТ. Поспелов Е.М. 2001. https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_geo/2603/Красная).

Слово «КУРОРТ» (нем. Curort) – здоровая местность, куда съезжаются больные для лечения климатом, минеральными водами, купаньем и проч., а здоровые для отдыха и приятного времяпрепровождения (см. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. – Чудинов А.Н., 1910, https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/39147/КУРОРТ).


По отношению к товарам оспариваемой регистрации и по отношению к услугам 35, 36, 39, 41, 43, 44 классов МКТУ, которые составляют основные или дополнительные услуги, оказываемые организациями, расположенными на территории пгт. Красная Поляна, элементы «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» и «КУРОРТ» не соответствуют подпункту 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса, так как указывают на вид, свойства, назначение услуг, а также место их оказания, место производства товаров.

Элементы, признанные не соответствующими подпункту 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения (абзац шестой пункта 1 статьи 1483 Кодекса).

Согласно указанию Госреестра, элементы «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» и «КУРОРТ» оспариваемого товарного знака являются неохраняемыми элементами.

Противоречие регистрации требованиям абзаца шестого пункта 1 статьи 1483 Кодекса в возражении мотивировано доминирующим характером названных слов в




составе обозначения «  », что исключает возможность их включения в качестве неохраняемых элементов.


В связи с приведенным доводом коллегия отмечает, что при определении того, является ли неохраняемый элемент в заявленном обозначении доминирующим, следует оценивать его пространственное значение в обозначении и принимать во внимание впечатление от зрительного (визуального) восприятия как этого элемента, так и всего обозначения в целом. Следует отметить, что при зрительном (визуальном) восприятии обозначения для придания обозначению качественно иного восприятия большое значение имеет его цветовое исполнение.

В рассматриваемом случае композиционное решение обозначения таково, что его восприятие начинается с крупного и визуально активного изобразительного



элемента «  », в то время как слова «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» и «КУРОРТ» расположены периферийно и автономно. Иными словами, спорные слова не оказывают существенного влияния на общее визуальное впечатление от знака,



поскольку не составляют с элементом «  » единой неразрывно связанной композиции элементов. Включение этих элементов в состав товарного знака в качестве неохраняемых является правомерным.

Резюмируя сказанное, оснований для признания спорного обозначения не соответствующим подпункту 3 пункта 1 во взаимосвязи с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса коллегией не установлено.


В отношении довода возражения о том, что оспариваемый товарный знак способен выводить потребителей в заблуждение относительно источника услуг в силу заложенного в обозначение значения, коллегия отмечает следующее.

Как указывалось выше, «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» – название пгт в составе Бол. Сочи, Краснодарский край, то есть географическое название, которое способно ориентировать потребителя относительно места производства товаров и места оказания услуг.

Вместе с тем, согласно Общероссийскому классификатору объектов административно-территориального деления ОК 019-95 (ОКАТО) (утв. постановлением Госстандарта РФ от 31.07.1995 № 413), пгт Красная Поляна подчинен Администрации Адлерского района г. Сочи, следовательно, в полной мере соотносится с местом нахождения правообладателя (г. Сочи), указанным в Госреестре.

Таким образом, при соответствии действительности указания спорного элемента о месте производства товаров и месте оказания услуг (район г. Сочи) положения подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не применимы.



В отношении довода возражения о том, что товарный знак «  » вводит потребителей в заблуждение в связи с тем, что словосочетание «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» ассоциируется у потребителей туристических и гостиничных услуг с неким объединением предприятий («группой курортов»), в то время как регистрация товарного знака произведена лишь на имя одного из них, коллегия отмечает следующее.

Способность введения в заблуждение элементами обозначений и обозначением в целом не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления об услуге и лице, ее оказывающем.

Указанная способность может возникнуть, в частности, в результате ассоциаций с каким-либо источником происхождения услуг, основанных на предшествующем опыте.

Для вывода о возникновении такой ассоциации, связанной с иным источником происхождения услуг, необходимо наличие доказательств, не только подтверждающих фактическое оказание услуг со сходным обозначением иным лицом (объединением лиц), но и свидетельствующих о возникновении у потребителей стойкой ассоциативной связи между такой услугой и лицом, ее оказывающим.

В ситуации, когда несколько лиц осуществляли деятельность с использованием словосочетания «КРАСНАЯ ПОЛЯНА», невозможно прийти к выводу о том, что это обозначение приобрело ассоциативную связь только с каким-либо одним лицом.

Формулировка «группа курортов» в возражении отнесена к предприятиям «Роза Хутор», «Горки Город» (сейчас переименован в «Курорт Красная Поляна») и «Луиза» и «Альпика-Сервис». Вместе с тем фактическими доказательствами оказания данными предприятиями каких-либо услуг в качестве единого источника коллегия не располагает.

Из представленных доводов правообладателя следует, что названными предприятиями путем заключения договора о взаимодействии реализована возможность обеспечения потребителей едиными абонементом (ски-пасс), позволяющими пользоваться канатными дорогами и горнолыжными трассами всех предприятий. Однако коллегия не имеет оснований для вывода о том, что такие услуги, предоставляемые по единым абонементом, индивидуализировались обозначением «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» / «КУРОРТ КРАСНАЯ ПОЛЯНА», что исключает возможность вывода о возникновении у потребителей стойкой ассоциативной связи между этими услугами и единым источником в виде «группы курортов» (объединения предприятий).

Представленные с возражением результаты опросов потребителей (4) и (5), также не позволяет сделать вывод о возникновении у потребителей ассоциативной

связи словосочетания «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» как средства маркировки услуг «группы курортов» (объединения предприятий). Представленные ответы респондентов (с. 13 опроса (4), с. 16-19 опроса (5)) согласуются со словарным значением словосочетания «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» в качестве географического названия, как следствие, с местом оказания услуг – «туристической зоной».

Таким образом, отсутствует возможность квалификации ответов потребителей, выбравших указание «туристическая зона», как относящихся к «группе курортов» (объединению предприятий) трех определенных субъектов, индивидуализируемой (индивидуализируемому) спорным обозначением.

Кроме того, оба исследования проведены позднее даты приоритета оспариваемого товарного знака и не содержат ретроспективных данных, что не позволяет положить их результаты в основу выводов о несоответствии оспариваемого товарного знака условиям охраноспособности.

Иная аргументация возражения, связанная с действиями правообладателями, в том числе, направленными на получение каких бы то ни было коммерческих преимуществ в связи с регистрацией оспариваемого товарного знака, относится к нарушению положений требований законодательства, несоответствие которым устанавливается судом или антимонопольным органом. Имеющиеся в распоряжении коллегии акты (8)-(13) не свидетельствуют о том, что действия правообладателя, связанные с регистрацией оспариваемого товарного знака, признаны актом недобросовестной конкуренции или злоупотреблением правом.

Таким образом, оспариваемый товарный знак соответствует требованиям абзаца первого пункта 1, подпункта 1 пункта 1, подпункта 3 пункта 1, абзаца шестого пункта 1, подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, следовательно, возражение, поступившее 15.11.2022, удовлетворению не подлежит.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 15.11.2022, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 724925.