

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), Административный регламент предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, утвержденный приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 27.08.2015 № 602, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 30.09.2015 за №39065 (далее – Административный регламент ОИ) рассмотрела заявление, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности от 09.12.2020, о признании обозначения

СПОРТЛОТО

«
» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 31.12.2016 на имя Общество с ограниченной ответственностью «Спортлото» (далее – заявитель), в отношении товаров 28 класса МКТУ «лотереи; лотерейные билеты» и услуг 41 класса МКТУ «организация лотерей».

Обозначение «
», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, представляет собой слово, выполненное заглавными печатными буквами русского алфавита жирным шрифтом в темно-синем цвете.

Для подтверждения общеизвестности обозначения «
» заявителем были представлены следующие материалы:

- Копии Распоряжение Правительства 2009 [1];
- Копия Приказа Минфина [2];
- Выписка из ЕГРЮЛ и копии уставов в отношении ООО «Спортлото» [3];
- Копии Государственного контракта № 01-01-06/05-375 [4];
- Копии приказов ООО «Спортлото» [5];
- Копия приказа Минфина России № 113н от 12.07.2017 [6];
- Заверенная копия договора б/н от 11.08.2011 между ООО «Спортлото» и ООО «Майлдберри Москва» с Дополнительным соглашением № 1 к нему; [7];
- Заверенные копии бухгалтерских документов о принятии к учету брендбуков «Спортлото. Государственные лотереи», лотерей «КЕНО-Спортлото» и «Спортлото 6 из 49» и копии брендбуков к ним [8];
- Образцы лотерейных билетов бестиражных лотерей различных дизайнов (с оборотами) за период с 2014 по настоящее время [9];
- Договоры на изготовление и поставку защищенной полиграфической продукции [10];

- Образец действующей формы лотерейной квитанции лотереи «КЕНО-Спортлото» [11];
- Заверенные копии договоров с АО «Сбербанк России», ООО «Лото Интегратор» [12];
- Интервью от 16.05.2012 с Александром Агаковым [13];
- Сведения об ООО «Нордсан» и копия договора с ним [14];
- Заверенная копия Соглашения о расторжении договора на оказание услуг № 53/1-2012 от 07.12.2012 [15];
- Сведения из ЕГРЮЛ в отношении АО «ТК «Центр» и копии договоров на оказание услуг по распространению и реализации лотерейных билетов [16];
- Справка о количестве агентов, распространяющих 10 бестиражных всероссийских государственных лотерей, и точках продаж у каждого из них за период с 2013 по 2019 годы [17];
- Справка об агентах, распространяющих 2 тиражные всероссийские государственные лотереи (ВГТЛ-1 и ВГТЛ-2), и точках продаж у каждого из них за период с 2013 года по 2019 год (по состоянию на 31 декабря каждого года) [18];
- Распечатка с официального сайта Федеральной службы государственной статистики РФ [19];
- Заверенная копия отчета о результатах проведения ВГЛ 2012 – 2020 гг. [20];
- Копии приказов АО «ТК «Центр» [21];
- Фотоотчеты агентов АО «ТК «Центр» и образцы рекламно-информационных материалов лотерей за период с 2011 – 2020 гг. [22];
- Видеоролики лотерей и выгрузка данных из Базы данных Mediascope с указанием телеканалов и временем выхода видеороликов [23];
- Образцы Наградной Грамоты и Поздравительного письма [24];

- PrintScreen Интернет-сайта www.sportloto.ru [25];
- PrintScreen из Google Analytics о ежегодных посещениях сайта www.sportloto.ru за период с 1 июля 2013 г. по 1 октября 2020 г. [26];
- PrintScreen из Google Analytics о ежегодных посещениях сайта www.stoloto.ru (за период с 21 сентября 2013 г. по 30 апреля 2018 г.) и его мобильной версии m.stoloto.ru (за период с 05 марта 2015 г. до 30 апреля 2018 г.) [27];
- PrintScreen из Google Analytics о ежегодных посещениях страниц лотереи «КЕНО-Спортлото» на сайте www.stoloto.ru (за период с 21 сентября 2013 г. по 31 октября 2020 г.) и на его мобильной версии m.stoloto.ru (за период с 05 марта 2015 г. по 31 октября 2020 г.) [28];
- PrintScreen из Google Analytics о ежегодных посещениях страниц лотереи «Спортлото 6 из 49» на сайте www.stoloto.ru (за период с 21 сентября 2013 г. по 31 октября 2020 г.) и на его мобильной версии m.stoloto.ru (за период с 05 марта 2015 г. по 31 октября 2020 г.) [29];
- PrintScreen из Google Analytics о ежегодных посещениях страниц Бестиражных лотерей на сайте www.stoloto.ru (за период с 21 сентября 2013 г. по 31 октября 2020 г.) и на его мобильной версии t.stoloto.ru (за период с 05 марта 2015 г. по 31 октября 2020 г.) [30];
- Распечатка с официального сайта ООО «Балт-Лото» <http://www.baltloto.ru> [31];
- Распечатка с официального сайта АО «Лотереи Москвы» <http://moslot.ru/> [32];
- Письмо АО «ТК «Центр» № 01-311307/20 от 15 июня 2020 г. [33];
- Копия письма АО «ГСЛ» № 01-310708/20 от 10 июня 2020 г. [34];
- Копии исх. письма ООО «Спортлото № 01-310810/20 от 01.07.2020 и прилагаемого к нему письма-согласия ООО «Спортлото» № 01-310910/20 от 01.07.2020 [35];

- Аналитический отчет по итогам всероссийского социологического опроса потребителей «Характер известности обозначения «Спортлото» среди российских потребителей» [36].

На заседании коллегии, состоявшемся 15.02.2021, принято решение о его переносе на 03.03.2021.

Заявителем 19.02.2021 было представлено ходатайство о переносе даты рассмотрения заявления, в связи с чем, на заседании коллегии от 03.03.2021 было принято решение перенести коллегию на 16.04.2021.

Заявителем 12.04.2021 представлено ходатайство о переносе даты рассмотрения заявления на конец июня, а также представлены следующие дополнительные материалы:

- Заключение № 01-2021 от 05.04.2021 Автономной некоммерческой организации «Центр экспертных исследований рынка» (АНО «ЦЭИР»), подготовленное по результатам опроса, проведенного с 12 марта 2021 г. по 04 апреля 2021 г. среди совершеннолетних жителей Российской Федерации - потребителей лотерей, лотерейных билетов и услуг по организации лотерей; и Заключение № 37-2021 от 05.04.2021 ООО «Лаборатория социологической экспертизы Института социологии РАН», подготовленное на основе анализа отчета «Характер известности обозначения СПОРТЛОТО среди российских потребителей» от 29.09.2020 ООО «Аналитическая социология» и Заключение № 01-2021 от 05.04.2021 АНО «ЦЭИР». [37];

- Копия заявления о государственной регистрации отчуждения исключительных прав на товарные знаки на основании договора [38];

- Копия лицензионного договора № 04/2018 от 14.11.2018 (с дополнительными соглашениями) [39];

- Копия заявления АО «ГСЛ» о внесении изменений в товарный знак № 619065 [40];

Рассмотрение заявления по итогам заседаний коллегии, состоявшихся 16.04.2021, 23.06.2021, 05.08.2021, 15.09.2021 перенесено на более поздний срок.

На заседании коллегии, состоявшемся 16.11.2021, было принято решение: «отказать в удовлетворении заявления, поступившего 09.12.2020, о признании обозначения «СПОРТЛОТО» общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации с 31.12.2016 в отношении товаров 28 класса МКТУ «лотереи; лотерейные билеты» и услуг 41 класса МКТУ «организация лотерей» на имя ООО «Спортлото». Данное решение было возвращено на новое рассмотрение с назначением заседания коллегии на 17.01.2022 с учетом поступившего обращения ООО «Спортлото» от 16.12.2021 № 04-568/21.

На заседании коллегии, состоявшемся 17.01.2022, изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении заявления, коллегия установила следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (09.12.2020) его подачи, включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883 (далее – Парижская конвенция), Кодекс, Административный регламент ОИ.

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

Согласно требованиям, установленным пунктом 1 статьи 1508 Кодекса, по заявлению лица, считающего используемое им в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности такое обозначение может быть признано общеизвестным в

Российской Федерации товарным знаком, если это обозначение в результате интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

В соответствии с абзацем первым и подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента ОИ исчерпывающий перечень документов, необходимых в соответствии с нормативными правовыми актами для предоставления государственной услуги, подлежащих представлению заявителем:

3) подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы (далее - материалы), в том числе заявитель имеет право представить в Роспатент документы, содержащие следующие сведения:

- об интенсивном использовании товарного знака или обозначения, в частности, на территории Российской Федерации. При этом по инициативе заявителя указываются: дата начала использования товарного знака, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака или обозначения; объем реализации этих товаров; способы использования товарного знака или обозначения; среднегодовое количество потребителей товара; положение изготовителя на рынке в соответствующем секторе экономики и тому подобные сведения;

- о странах, в которых товарный знак или обозначение приобрели широкую известность;

- о произведенных затратах на рекламу товарного знака или обозначения (например, годовые финансовые отчеты).

- о стоимости (ценности) товарного знака в соответствии с данными, содержащимися в годовых финансовых отчетах;

- о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака или обозначения, проведенного специализированной независимой организацией, которые могут быть оформлены с учетом рекомендаций, размещенных на интернет-сайте Роспатента.

СПОРТЛОТО

При анализе обозначения «_____» на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 31.12.2016 на имя Общества с ограниченной ответственностью «Спортлото» (далее – заявитель), в отношении товаров 28 класса МКТУ «лотереи; лотерейные билеты» и услуг 41 класса МКТУ «организация лотерей» установлено следующее.

Слово «Спортлото» является вымышленным (фантазийным) и появилось в русском языке в 1970 году, как название государственной лотереи. 20 октября 1970 года в Московском Центральном Доме Журналиста состоялся первый тираж денежно-вещевой государственной лотереи «Спортлото». Тиражи проводили сначала раз в десять дней, их результаты печатали в газетах. Первый репортаж о розыгрыше тиража лотереи «Спортлото» по телевидению зрители увидели в записи в 1971 году, с 1974 года телевизионные трансляции розыгрышей стали прямыми, а с 14 августа 1976 года розыгрыши лотереи «Спортлото» проводились регулярно в ТВ-эфире. Выпуски показывали еженедельно, сначала по субботам, а затем по воскресеньям. В 1990-е телетрансляции показывались на канале «РТР» и на Первом канале ТВ. Половина средств от продажи лотерейных билетов «Спортлото» тратилась на финансирование советского спорта. Спортивный бюджет СССР, начиная с 70-х годов, был профинансирован за счет средств лотереи «Спортлото» примерно на 80 %.

Относительно использования обозначения «Спортлото» в Российской Федерации коллегией установлено, что организация и проведение лотерей в Российской Федерации регулируются Федеральным законом от 11 ноября 2003 г. № 138-ФЗ «О лотереях». Согласно Распоряжению Правительства № 1318-р началось проведение двух тиражных всероссийских государственных лотерей и 10 бестиражных всероссийских государственных лотерей в поддержку организации и проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи. Организатором этих лотерей было определено Министерство финансов Российской Федерации (Минфин России), которое Приказом № 195н от 29.12.2010 утвердило условия их проведения [1].

На основании открытого конкурса Минфин России поручил проведение лотерей заявителю - Обществу с ограниченной ответственностью «Спортлото» [6]. Основным видом деятельности которого, согласно его уставу, является организация, проведение лотерей, распространение лотерейных билетов (квитанций), в том числе услуги по их распространению, сдача в аренду лотерейного и сопутствующего оборудования [3].

Минфин России в 2010 г. на основании результатов открытого конкурса поручил проведение лотерей заявителю ООО «Спортлото». Между Минфином России и ООО «Спортлото» был заключен Государственный контракт № 01-01-06/05-375 от 11 октября 2010 года на проведение лотерей, определяющий права и обязанности заявителя ООО «Спортлото» как оператора лотерей [2, 4, 5].

Согласно Государственному контракту, ООО «Спортлото» обязано провести тиражные и бестиражные лотереи, включая распространение лотерейных билетов и выплату выигрышей участникам лотерей. Также на основаниях приказов ООО «Спортлото» лотереям присвоены коммерческие

наименования, в том числе наименования, включающие словесный элемент «СПОРТЛОТО»: «КЕНО-Спортлото», «Спортлото 6 из 49» и «Спортлото Матчбол» [5].

Во исполнение своих обязанностей по Государственному контракту, ООО «Спортлото» заключило с ООО «Майлдберри Москва» договор на разработку концепции визуальной идентификации (брендбуков) для трех брендов: «КЕНО-Спортлото», «Спортлото 6 из 49», «Спортлото. Государственные лотереи» [7].

Заявитель является правообладателем серии зарегистрированных товарных знаков, включающих словесный элемент «СПОРТЛОТО», по свидетельствам: № 390022, 390023, 390112, 493722, 494563, 509282, 515277, 666618, [8, 38, 39, 40].

В целях исполнения обязательств по Государственному контракту, ООО «Спортлото» заключило договор с АО «Сбербанк России», ООО «Лото Интегратор», ООО «Нордсан». В 2013 году ООО «Спортлото» заключило с АО «ТК «Центр» договор на оказание услуг по распространению лотерей. В обязанности АО «ТК «Центр» входит оказание услуг по распространению лотерей, в части: изготовления билетов, распространения билетов, организации розыгрыша призового фонда лотерей, проведения экспертизы выигрышных билетов, выплаты выигрышей, проведения рекламных кампаний лотерей, осуществления иных действий, связанных с исполнением договора [12-16, 21, 22, 33, 39].

В свою очередь АО «ТК «Центр» заключает договоры на распространение лотерейных билетов (лотерейных квитанций), лотерей с агентами на всей территории Российской Федерации, в том числе со следующими федеральными сетями: ООО «Балт-Лото», Отделения АО «Россельхозбанк», Отделения связи АО «Почта России» [16, 31, 32, 33, 34, 35].

Таким образом, коллегия пришла к заключению, что потребители различных регионов России имеют возможность приобрести продукцию заявителя у самых крупных ритейлеров, имеющих наиболее широкую географию охвата по расположению своих магазинов и отделений.

ООО «Спортлото» во все свои договоры с распространителями лотерей включает условие о том, что контрагент осуществляет размещение рекламно-информационных материалов об условиях лотерей, сведения об их изменении, логотип ООО «Спортлото» [22, 23]. В образцах наградных грамот и поздравительных письмах внутри компании также используется обозначение «Спортлото» [24].

Количество агентов и точек продаж бестиражных лотерей в 2013 г. составило 45 агентов и 943 точки продаж. В 2014 г. 57 агентов и 2814 точек продаж. В 2015 г. 78 агентов и 20844 точек продаж. В 2016 году 89 агентов и 20994 точек продаж. В 2017 г. 134 агентов и 21230 точек продаж. В 2018 г. 169 агентов и 21929 точек продаж. В 2019 г. 202 агента и 28068 точек продаж [17].

Количество агентов и точек продаж тиражных лотерей в 2013 г. составило 148 агентов и 2720 точки продаж. В 2014 г. 146 агентов и 4026 точек продаж. В 2015 г. 139 агентов и 5940 точек продаж. В 2016 году 140 агентов и 6454 точек продаж. В 2017 г. 167 агентов и 5337 точек продаж. В 2018 г. 178 агентов и 2648 точек продаж. В 2019 г. 190 агентов и 28068 точек продаж [18].

Статистика продаж и выручки от продажи лотерейных билетов всех лотерей «СПОРТЛОТО» в 2011 году составила 43 689 919 билетов с выручкой 1 181 827 915 рублей, в 2012 году – 59 245 672 билетов с выручкой 1 622 558 230 рублей, в 2013 – 39 217 190 билетов с выручкой 1 299 789 385 рублей, в 2014 году – 32 245 911 билетов с выручкой 1 177 128 285 рублей, в 2015 году 41 927 272 билетов с выручкой 1 500 901 010 рублей, в 2016 году –

60 582 947 билетов с выручкой 1 938 459 475 рублей, в 2017 году – 82 243 511 билетов с выручкой 2 419 840 880 рублей, в 2018 году – 28 439 879 билетов с выручкой 1 494 455 190 рублей, в 2019 году – 58 516 430 билетов с выручкой 2 214 551 480 рублей, в 2020 году на дату 30.09.2020 – 37 383 658 билетов с выручкой 1 305 785 505 рублей [20].

Проанализировав представленную заявителем статистику, коллегия приходит к заключению, что в целом интерес к лотереям заявителя был очень высоким с самого начала их проведения (с 2011 года) и не ослабевает до настоящего времени, в том числе на дату, с которой испрашивается

СПОРТЛОТО

признание обозначения «» общеизвестным товарным знаком.

Наряду с точками продаж, лотерейные билеты с обозначением

СПОРТЛОТО

«» можно приобрести на сайте www.sportloto.ru и в его мобильной версии m.stoloto.ru. На данных сайтах размещено обозначение, образцы лотерей, правила проведения, точки продаж, проверка билетов и определение победителей [19, 25-30].

Ежегодно сайт лотерейного интернет-супермаркета www.stoloto.ru и его мобильной версии m.stoloto.ru посещают более 100 миллионов раз, а в 2016 году посещений было около 130 миллионов. При этом уникальных пользователей на этих сайтах - десятки миллионов, а в 2016 году их было более 20 миллионов.

Заявитель начал продавать лотерейные билеты в январе 2011 года. Все лотерейные билеты бестиражных лотерей являются лотерейными билетами со стираемым слоем (скретч-картами для лотерей) [9, 10, 11]. С 2011 года за время проведения лотерей было продано почти 400 миллионов лотерейных


билетов и лотерейных квитанций на общую сумму более 13,35 миллиарда рублей [19, 20].

При этом наряду с информацией об организаторе лотереи на всех лотерейных билетах указана информация и об операторе лотереи [9, 10, 11].

Таким образом, каждому потребителю при покупке лотерейного билета лотереи предоставляется информация о том, что оператором лотереи является заявитель ООО «СПОРТЛОТО».


Таким образом, коллегией было установлено, что заявитель проводит активную и интенсивную рекламную кампанию, которая охватывает значительный период времени и рассчитана на неограниченный круг лиц. Данный установленный факт способствует признанию заявленного

СПОРТЛОТО

обозначения «» общеизвестным товарным знаком в отношении продукции и услуг заявителя.

Заявителем для подтверждения широкой известности обозначения

СПОРТЛОТО

«» среди российских потребителей в отношении товаров «лотереи; билеты лотерейные» 28 класса МКТУ и услуг «организация лотерей» 41 класса МКТУ в период с 02 сентября 2020 по 29 сентября 2020 года был проведен опрос специализированной независимой организацией ООО «Аналитическая социология» под руководством генерального директора ООО «Аналитическая социология», доктора социологических наук, профессора кафедры методологии социологических исследований социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова Ю.П. Аверина [36].

В опросе приняло участие 2625 человек: Москва (500 человек), Санкт-Петербург (500 человек), Владивосток (125 человек), Воронеж (125 человек),

Екатеринбург (125 человек), Иркутск (125 человек), Казань (125 человек), Краснодар (125 человек), Ростов-на-Дону (125 человек), Красноярск (125 человек), Самара (125 человек), Нижний Новгород (125 человек), Ставрополь (125 человек), Симферополь (125 человек), Уфа (125 человек).

СПОРТЛОТО

В настоящее время обозначение «_____» известно подавляющему большинству потребителей (87,6 %). Подавляющее большинство опрошенных ассоциируют тестируемое обозначение с такими товарами, как «лотереи и лотерейные билеты» (84,9 %), и с такими услугами как «организация лотерей» (60,8 %).

Большинство респондентов на открытый вопрос (72,7 %) и на полуоткрытый (82,4%) правильно идентифицировали компанию, способную использовать тестируемое обозначение, назвав заявителя ООО «СПОРТЛОТО».

На вопрос о том, как давно потребителям, правильно указавшим

СПОРТЛОТО

товары и услуги, маркируемые обозначением «_____» стали известны такие товары и услуги, более чем четыре пятых потребителей (85,4%) указали период от 4-х лет и раньше (т.е. до сентября 2016 года); более чем две трети потребителей (67,3%) - от 9 лет и раньше; более половины потребителей (51,3%) - от 14 лет и раньше; треть потребителей (33%) - от 19 лет и раньше; примерно седьмая часть потребителей (13,8%) - от 30 лет и раньше.

Дополнительно заявителем представлено заключение № 01-2021 от 05.04.2021 Автономной некоммерческой организации «Центр экспертных исследований рынка» (АНО «ЦЭИР»), подготовленное по результатам опроса, проведенного с 12 марта 2021 г. по 04 апреля 2021 г. среди

совершеннолетних жителей Российской Федерации - потребителей лотерей, лотерейных билетов и услуг по организации лотерей и Заключение № 37-2021 от 05.04.2021 ООО «Лаборатория социологической экспертизы Института социологии РАН», подготовленное на основе анализа отчета «Характер известности обозначения «СПОРТЛОТО» среди российских потребителей» от 29.09.2020 ООО «Аналитическая социология» и Заключения № 01-2021 от 05.04.2021 АНО «ЦЭИР» [37].

Согласно заключению № 01-2021 от 05.04.2021 АНО «ЦЭИР» в настоящее время подавляющему большинству опрошенных (96%) знакома торговая марка «СПОРТЛОТО». 75% респондентов верно отмечают, что исследуемая торговая марка принадлежит компании ООО «СПОРТЛОТО». Данная ассоциативная связь подтверждается также тем, что большинство опрошенных (63%), помнящих год распада СССР и давших содержательные ответы на вопрос о владельце торговой марки, ассоциируют ее именно с ООО «СПОРТЛОТО», а не советской лотереей. 74% респондентов имеют опыт приобретения лотерейных билетов, обозначенных торговой маркой «СПОРТЛОТО», а 73% указали, что хотя бы раз играли в данную лотерею.

Отвечая на ретроспективный вопрос, заданный в связи с датой 31.12.2016, подавляющее большинство потребителей (95%) посчитали, что торговая марка СПОРТЛОТО на тот момент уже была им известна. Подавляющее большинство опрошенных (74%), отвечая на вопрос, связанный с датой 31.12.2016, правильно идентифицировали компанию, которой принадлежит исследуемая торговая марка. Причем большинство из тех, кто помнит год распада СССР и дали содержательный ответ на вопрос о владельце торговой марки (67%), на тот момент ассоциировали исследуемую торговую марку именно с ООО «СПОРТЛОТО», а не с советской лотереей. Отвечая на ретроспективный вопрос, заданный в связи с указанной датой, 77% опрошенных отметили, что к тому моменту уже имели опыт

приобретения лотерейных билетов, обозначенных данной торговой маркой, а 78% опрошенных к тому моменту хотя бы раз играли в лотереи под данной маркой.

Таким образом, сопоставив указанные исследования и опросы,

The logo for "СПОРТЛОТО" (Sportлото) is displayed in blue capital letters. It is positioned above a horizontal line that serves as a placeholder for a trademark symbol.

коллегия установила, что на дату 31.12.2016 обозначение «_____» также было широко известным и ассоциировалось у потребителей с современной российской компанией ООО «СПОРТЛОТО», а не с советской лотереей.

Коллегия дополнительно отмечает, что представленное заявителем обращение от 16.12.2021 № 04-568/21, так же содержит доводы в поддержку признания обозначения «Спорлото» общеизвестным товарным знаком. Помимо указанного факта, в своем обращении заявитель обращает внимание, что с 2010 года является одним из двух операторов всероссийских государственных лотерей. При этом все коммерческие названия тиражных лотерей, проводимых ООО «СПОРТЛОТО», включают в себя слово «СПОРТЛОТО», которое оно разработало. Обозначение «СПОРТЛОТО» с 2012 года используется на всех билетах бестиражных лотерей с указанием в качестве оператора лотереи ООО «СПОРТЛОТО». Учитывая данные факты, а также учитывая высокий спрос на товары и услуги заявителя, рост терминалов продаж, в том числе рост посещаемости сайта заявителя и его мобильной версии, подтвержденные представленными документами, можно констатировать, что заявителю ООО «СПОРТЛОТО» удалось создать свою узнаваемую линию российских государственных лотерей с использованием

The logo for "СПОРТЛОТО" (Sportлото) is displayed in blue capital letters. It is positioned above a horizontal line that serves as a placeholder for a trademark symbol.

обозначения «_____».

Из представленных доказательств коллегия пришла к выводу, что

СПОРТЛОТО

обозначение « » в результате длительного и интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известно в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении производимых заявителем товаров 28 класса МКТУ «лотереи; лотерейные билеты» и оказываемых заявителем услуг 41 класса МКТУ «организация лотерей».

Учитывая вышеизложенное, на основании абзаца второго пункта 77 Административного регламента, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить заявление, поступившее 09.12.2020, признать обозначение «СПОРТЛОТО» общеизвестным товарным знаком на имя ООО «Спортлото» на территории Российской Федерации в отношении товаров 28 класса МКТУ «лотереи; лотерейные билеты» и услуг 41 класса МКТУ «организация лотерей» с 31.12.2016.