

**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) (далее - Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 09.03.2022, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ЯНДЕКС», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020711803 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2020711803, поданной 10.03.2020, испрашивается на имя заявителя в отношении товаров 09, 16, 18, 25, 28, услуг 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено обозначение: **Яндекс Музыка** в цветовом сочетании: «красный, черный».

Роспатентом 11.11.2021 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020711803 в отношении товаров 09, 16, 18, 25, 28, услуг 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено следующее:

- входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «Музыка» (вид искусства, в котором средством воплощения художественных образов служат определенным образом организованные музыкальные звуки. Основные элементы и выразительные средства музыки - лад, ритм, метр, темп, громкостная динамика, тембр; мелодия, гармония, полифония, инструментовка. Музыка подразделяется: на

роды и виды - театральная (опера и т.п.), симфоническая, камерная и др.; на жанры - песня, хорал, танец, марш, симфония, сюита, соната и др. Музыкальным произведениям, музыкальное произведение, музыкальный, музыкальное сопровождение, ноты, оркестр, хор (см. электронный словарь: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/31586>, «Современная энциклопедия»)) не обладает различительной способностью, поскольку характеризует заявленные товары 09, 16, 18, 25, 28 и услуги 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ, в том числе указывает на их вид и назначение, является неохраняемым на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении заявленных товаров и услуг, указанных в перечне, поскольку не обладает различительной способностью, поскольку используется широким кругом лиц в различных областях деятельности, в том числе однородных заявленным товарам и услугам, а также указывает на назначение услуг;

- заявленное обозначение в силу своего семантического значения вводит потребителя в заблуждение относительно свойств и назначения товаров и услуг, не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) в отношении остальной части товаров 09, 16, 18, 25, 28 и услуг 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ (пункт 3 (1) статьи 1483 Кодекса).

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 09.03.2022 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 11.11.2021. Доводы возражения, поступившего 09.03.2022, сводятся к следующему:

- заявленное обозначение является фантазийным в отношении всех заявленных товаров и услуг;

- заявитель в возражении приводит толкование законодательства в отношении статьи 1483 Кодекса. Так, согласно пункту 1 статьи 1483 Кодекса обозначение, даже если оно состоит только из обозначений, которые сами по себе не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков, может иметь различительную способность именно в виде конкретной комбинации;

- заявленное обозначение воспринимается в качестве конкретной комбинации;

- заявленное обозначение включает фантазийный элемент «Яндекс», лежащий в основе фирменного наименования заявителя и серии его товарных знаков;

- элемент «Музыка» имеет следующие значения: 1. Искусство, в котором переживания, настроения, идеи выражаются в сочетаниях ритмически-организованных звуков и тонов. «Из наслаждений жизни одной любви музыка уступает» Пушкин. Произведение этого искусства, совокупность таких произведений. Сочинить, написать музыку на слова Пушкина. Исполнение, звучание произведений этого искусства. Танцевать под музыку. 2. Инструментальная музыка, в отличие от вокальной. Музыка и пение. 3. Оркестр (разг.). В саду играю музыка. Механический музыкальный инструмент (напр. оркестрион; просторен.). Завести музыку. 4. перен. Всякое организованное звучание с точки зрения его тональности, мелодики (книжн.). Музыка речи. 5. перен. (преимущ. со словом "вся"). Какое-нибудь дело, что-нибудь затеянное, налаженное (просторен, фам.);

- словесный элемент «Музыка» обладает как минимум пятью нейтральными значениями по отношению к заявленным товарам и услугам, в связи с чем, данный элемент не характеризует их и является фантазийным;

- заявленное обозначение представляет собой единую семантическую и лексическую конструкцию (в том числе, в силу единства его графического исполнения), в которой элемент «Яндекс» указывает на заявителя, а элемент «Музыка» - на вид сервиса компании («сервис Яндекса, предоставляющий услуги стриминга по подписке с персональными рекомендациями»);

- заявленное обозначение образует словосочетание, в котором слово «Яндекс» представляет собой родовое понятие, а элемент «Музыка», будучи зависимым словом, является его характеристикой, в связи с чем, деление слов в заявленном обозначении является необоснованным;

- при ограничении родового понятия «Яндекс» (экосистема сервисов) видовым понятием «Музыка» (конкретный вид предлагаемого заявителем сервиса) заявитель внес в товарный знак новый смысл, а именно: «сервис Яндекса, предоставляющий услуги стриминга по подписке с персональными рекомендациями»;

- заявленное обозначение представляет собой словосочетание, которое является композицией, обладающей различительной способностью, поскольку элементы, его составляющие, формируют уникальное обозначение, позволяющее индивидуализировать товары, отличать их от товаров иных производителей;

- словесный элемент «Музыка» прямо не указывает на качество, вид и свойства заявленных товаров и услуг. Для понимания заявленного обозначения требуются домысливание, ассоциации, дополнительные рассуждения;

- обозначение «Яндекс» используется заявителем для индивидуализации своих многочисленных сервисов, название каждого из которых строится по одинаковому принципу: «Яндекс + слово, идентифицирующее сервис». Например, товарные знаки:

**Яндекс** Карты по свидетельству № 782403, приоритет от 06.05.2020, **Яндекс** Директ

по свидетельству № 769085, приоритет от 26.02.2020, **Яндекс** Еда по

**Яндекс** Деньги свидетельству № 724231, приоритет от 17.06.2019, по

свидетельству № 460117, приоритет от 15.06.2011 и т.д. Обозначения «Яндекс», «Yandex», «yandex» были признаны общеизвестными товарными знаками за №№ 165, 72, 164. Также заявитель является правообладателем серии товарных знаков, в основе которых лежат обозначения «Яндекс» / «Yandex» / «yandex» и т.п. (свидетельства №№ 173152, 225163, 208835, 208836 и т.д.);

- общеизвестность словесного элемента «Яндекс» должна учитываться при принятии решения о регистрации заявленного обозначения в целом;

- с 2016 года «Яндекс» предоставляет более 60 сервисов, наименование которых составлено по такому же принципу: «Яндекс Еда», «Яндекс Карты», «Яндекс Станция», семантика которого сводится к: «Яндекс как производитель услуг + Музыка как обозначение оказываемой услуги»;

- заявленное обозначение не является описательным, поскольку представление о производимых товарах и оказываемых услугах возможно только через ассоциации и цепочки рассуждений, применительно к конкретным товарам и услугам, в отношении которых испрашивается правовая охрана;

- словесный элемент «Яндекс» расположен первым в заявленном обозначении и именно на нем в первую очередь фиксируется внимание потребителя;

- элементы заявленного обозначения очевидно взаимосвязаны между собой как по смыслу, так и грамматически;

- заявителем приведены сведения о регистрации товарных знаков, содержащих словесный элемент «Музыка» (Music): «Apple Music» по свидетельству № 619312, «XBOX Music» по свидетельству № 496035, «SONY Music» по свидетельству № 409449, «МУЗЫКА La MUSICA» по свидетельству № 617257, «МУЗЫКА» по свидетельству № 538214 и т.д.;
- поисковая система «Яндекс» является четвертой среди поисковых систем мира по количеству обрабатываемых поисковых запросов (свыше 6,3 млрд. в месяц на начало 2014 года). По состоянию на сентябрь 2018 года, согласно рейтингу Alexa.com, сайт yandex.ru по популярности занимает 21-е место в мире и 1-е - в России;
- в Российской Федерации поисковая доля составляет 57,27 %. Сервисами и мобильными приложениями Яндекса пользуются 90,4 % аудитории Интернета в российских городах с населением от 100 тысяч человек. Совокупное посещение потребителями только нескольких сервисов Яндекса из 60 составляет более 230 миллионов человек. Очевидно, что потребителям хорошо известен принцип наименования сервисов Яндекса и они воспринимают их названия «Яндекс + слово» исключительно в качестве фантазийного названия;
- «Яндекс Музыка» - это сервис, предоставляющий услуги стриминга по подписке с персональными рекомендациями. Количество пользователей с платной подпиской в 2018 году превысило 1 миллион человек, а к середине 2019 года составляло уже 2 миллиона. Хотя бы раз в месяц сервисом пользуется около 20 млн человек. Без подписки сервис доступен пользователям из следующих стран: Азербайджан, Армения, Белоруссия, Грузия, Казахстан, Киргизия, Молдавия, Таджикистан и т.п. Компания-заявитель запустила сервис «Яндекс Музыка» в 2010 году. Подписка позволяет помимо прослушивания файлов также смотреть видео, покупать билеты на концерты, получать персональные рекомендации. Для создания персональных рекомендаций сервис использует искусственные нейронные сети. Разработанные на основе нейросетей алгоритмы и похожие разработки других компаний позволяют компьютерам лучше понять, как устроена музыка, и научиться воспринимать её подобно тому, как это делает человек;
- наличие информации в сети Интернет придает дополнительную известность и различительную способность, как самой компании, так и заявленному обозначению.

Доказательствами, подтверждающими высокую степень известности и информированности потребителей о заявленном обозначении, продаже товаров и оказании услуг под данным обозначением, являются открытые источники сети Интернет;

- в подтверждение использования заявленного обозначения заявителем представлены сведения из сети Интернет, справка о посещении и регионах использования, сведения об объёмах реализации, затратах на рекламу и т.п. ООО «Яндекс.Медиасервисы», ООО «Яндекс.Медиасервисы» входят в одну группу компаний «Yandex N.V.», в которую также входит заявитель;

- различительная способность и известность обозначения должна определяться не в отношении конкретного производителя, а в отношении компании, воспринимаемой в качестве источника происхождения товаров под заявляемым на регистрацию обозначением, что также подтверждается судебной практикой;

- отказ в охраноспособности элемента «Музыка» в заявленном обозначении нанесет ущерб хозяйственной деятельности заявителя и даст возможность недобросовестным конкурентам использовать уже ставший известным товарный знак для оказания своих услуг.

В подтверждение своих доводов заявителем к материалам дела приложены:

- распечатка Интернет-словаря Академик – [1];
- список сервисов Яндекса – [2];
- распечатки Интернет-ресурсов в отношении известности обозначения «Яндекс» – [3];
- статья-релиз сервиса «Яндекс Музыка» – [4];
- статья о сервисе «Яндекс Музыка» на Википедии – [5];
- публикации о сервисе «Яндекс Музыка» – [6];
- справка о посещении сайта «Яндекс Музыка» – [7];
- справка о количестве подписок сервиса «Яндекс Музыка» – [8];
- справка об объёмах выручки спецпроектов сервиса «Яндекс Музыка» – [9];
- справка о скачивании приложения «Яндекс Музыка» – [10];
- документы, подтверждающие затраты на рекламу «Яндекс Музыка» – [11];
- размер поисковой выдачи по запросу «Яндекс Музыка» – [12];

- документы, подтверждающие связь в группе лиц «Яндекс» – [13].

На основании изложенного в возражении, поступившем 09.03.2022, содержится просьба об изменении решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в отношении заявленных товаров 09, 16, 18, 25, 28, услуг 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в возражении, без исключения из охраны словесного элемента «Музыка».

На заседании коллегии были выдвинуты дополнительные основания, препятствующие регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, предусмотренные требованиями пункта 44 Правил ППС. В корреспонденции от 21.06.2022 заявитель просил детально указать перечень товаров и услуг, в отношении которого применяются коллегией требования пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса. В состав заявленного обозначения входит словесный элемент "музыка" (вид искусства. См. электронный словарь: Википедия), являющийся ложным указанием в отношении вида и назначения части товаров и услуг: товаров 09 класса МКТУ *"амперметры; аппараты глобальной системы позиционирования [GPS]"*, услуг 35 класса МКТУ *"продажа розничная произведений искусства художественными галереями"*, услуг 41 класса МКТУ *"библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями"*, не имеющих прямого отношения к музыке.

Заявитель в корреспонденции от 01.08.2022 выразил согласие с применением коллегией требований пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса и исключил из заявленного перечня вышеуказанные товары 09, услуги 35, 41 классов МКТУ, в связи с чем, коллегия их не рассматривает.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 09.03.2022, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (10.03.2020) заявки № 2020711803 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015

№ 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (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.

В соответствии с подпунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;
- 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

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.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;
- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;
- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Согласно пункту 35 Правил 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.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах. 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.

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

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким 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.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение **Яндекс Музыка** выполнено оригинальным шрифтом, буквами русского алфавита в одну строку. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 09, 16, 18, 25, 28, услуг 35, 38, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне, в цветовом сочетании: «красный, черный».

Как указывалось выше, заявитель исключил из заявленного перечня товары 09 класса МКТУ *"амперметры; аппараты глобальной системы позиционирования [GPS]"*, услуги 35 класса МКТУ *"продажа розничная произведений искусства художественными галереями"*, услуги 41 класса МКТУ *"библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями"*, в связи с чем, коллегия их не рассматривает.

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В составе заявленного обозначения элемент «Музыка» выполнен иным шрифтом и цветом по сравнению с элементом «Яндекс» (буква «Я» выполнена красным цветом), то есть расположен отдельно и семантически не связан с

доминирующим по восприятию элементом «Яндекс», при этом не образует с ним устойчивого словосочетания, поскольку такого устойчивого понятия как «Яндекс Музыка» не существует.

Элемент «Музыка» заявленного обозначения имеет следующее словарное значение:

- вид искусства, в котором определённым образом организованные музыкальные звуки используются для создания некоторого сочетания формы, гармонии, мелодии, ритма или иного выразительного содержания. Точные определения музыки значительно различаются по всему миру, однако, она является аспектом всех человеческих обществ - культурной универсалией. Согласно А.Н. Сохору, музыка «отражает действительность и воздействует на человека посредством осмысленных и особым образом организованных по высоте и во времени звуковых последований, состоящих в основном из тонов». В БРЭ музыка определяется как «искусство звуков, организованных главным образом по высоте и по времени». См. электронную энциклопедию Википедия: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>;

- вид искусства, отражающий действительность в звуковых художественных образах произведение или совокупность произведений этого искусства, активно воздействующий на психику человека. Музыка способна конкретно и убедительно передавать эмоциональные состояния людей. Средством воплощения музыкальных образов служат музыкальные звуки, определённым образом организованные. Основные элементы и выразительные средства музыки - лад, ритм, метр, темп, динамика, тембр; мелодия, гармония, полифония, инструментовка. Музыка фиксируется в нотной записи и реализуется в процессе исполнения. Музыку подразделяют на роды и виды (опера, симфоническая, камерная и др.), а также жанры (героический, комический, песня, марш, симфония, сюита, соната и др.). См. электронный словарь: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_culture/1970/](https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/1970/).

Таким образом, словесный элемент «Музыка» заявленного обозначения является неохраняемым элементом в соответствии с пунктом 1 (3) статьи 1483 Кодекса в отношении части заявленных товаров и услуг, так как прямо, без домысливания характеризует их ввиду своего смыслового значения, поскольку указывает:

- на назначение, свойства товаров 09 класса МКТУ «автоматы музыкальные с предварительной оплатой; аппаратура звукозаписывающая; аппараты для передачи звука; громкоговорители; диски звукозаписи; звонки сигнальные; звуковые интерфейсы; звукопроводы; медиаплееры портативные; микшеры звуковые; микрофоны; насадки для наушников; наушники; носители звукозаписи; ноты электронные, загружаемые; плееры для компакт-дисков; плееры кассетные; пленки для звукозаписи; приемники [аудио-видео]; проигрыватели; сабвуферы; усилители звука; устройства для воспроизведения звука; устройства звуковые сигнальные; устройства электронные и электрические для музыкальных инструментов; файлы звуковые, загружаемые для звонков мобильных телефонов; файлы музыкальные загружаемые; эквалайзеры [аудиоаппаратура]»;

- на свойства и назначение товаров 16 класса МКТУ «ноты печатные; открытки музыкальные»;

- на назначение услуг 35 класса МКТУ «онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки»;

- на назначение услуг 41 класса МКТУ «выпуск музыкальной продукции; дискотеки; организация и проведение концертов; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; представления мюзик-холлов; прокат аудиооборудования; прокат звукозаписей; сочинение музыки; услуги диск-жокеев; услуги звукорежиссеров для мероприятий; услуги караоке; услуги композиторов; услуги оркестров; услуги студий записи; шоу-программы».

Документов, свидетельствующих о длительном и интенсивном использовании заявленного обозначения, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, об объемах, территориях реализации произведенных товаров и оказанных услуг, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров и услуг, включая результаты социологических опросов, в материалах дела не имеется.

Распечатка из Интернет-словаря Академик [1] касается смыслового значения слова «музыка» в отношении вида искусства. При этом приведенные иные значения

этого слова (звучание с точки зрения тональности, перен. - какое-нибудь дело, что-то затеянное) не опровергают основное значение слова «музыка», при восприятии которого у потребителя в первую очередь возникают смысловые ассоциации с видом искусства.

Материалы [2,3] представляют собой распечатки из сети Интернет, содержащие сведения о проектах Яндекса и поисковых системах в России, сведения о заявителе из энциклопедии «Википедия», отчеты «Media Score» об исследовании аудитории Интернета в России. При этом, данные документы не содержат сведений о фактическом использовании заявленного обозначения в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака, в отношении вышеуказанных заявленных услуг.

Представленные статьи [4-6], а также рекламные материалы [11] датированы как до, так и после даты подачи заявки, вместе с тем, содержат сведения об использовании иного обозначения «Яндекс.Музыка», выполненного буквами стандартного шрифта и в разном цветовом сочетании (черные буквы, зеленые буквы, синие буквы, белые буквы на цветном фоне и т.п.), отличающегося от заявленного.

Справка о посещаемости сайта «Яндекс Музыка» [7], справка о количестве подписок сервиса «Яндекс Музыка» [8], справка об объемах выручки спецпроектов сервиса «Яндекс Музыка» [9], справка о скачивании приложения «Яндекс Музыка» [10] представлены до даты подачи заявки, заверены самим заявителем, при этом определить в каком виде фактически использовалось обозначение, не представляется возможным. Так, в представленных справках обозначение выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита: «Яндекс Музыка». Кроме того, в сведениях о продажах подписки «Яндекс Музыка» [8] за период 01.01.2015-10.03.2020 гг. обозначено количество пользователей в 2015-2018 гг. более 650 тыс. человек, а количество пользователей в 2018-2020 гг. – более 130 тыс. человек, что свидетельствует об уменьшении аудитории пользователей к дате подачи заявки, что снижает уровень узнаваемости и известности сервиса «Яндекс Музыка».

Из рекламных материалов [11], датированных 2018-2019 гг. также не усматривается длительность и интенсивность рекламной кампании заявителя, а также, где именно распространялась сувенирная продукция (футболки и т.п.).

Из размера поисковой выдачи по запросу «Яндекс Музыка» [12] не представляется возможным оценить фактическое использование заявленного обозначения.

Документы [13], подтверждающие связь в группе лиц «Яндекс», представляют собой выписки из ЕГРЮЛ.

Таким образом, из представленных доказательств не усматривается, что элемент «Музыка» заявленного обозначения приобрел различительную способность до даты подачи заявки в отношении испрашиваемых товаров и услуг.

Вместе с тем, необходимо различать обозначения описательные и обозначения, вызывающие в сознании потребителя представление о производимых товарах через ассоциации. Последним может быть предоставлена правовая охрана. В том случае, когда для того, чтобы сформулировать описательную характеристику товара (услуги) или характеристику сведений об изготовителе, нужны дополнительные рассуждения, домысливания, ассоциации, можно признать, что анализируемый элемент не является описательным. Так, в отношении остальных товаров 09 класса МКТУ *«3D-очки; DVD-плееры; автоматы для продажи билетов; аккумуляторы электрические; амбушюры для наушников; аппаратура высокочастотная; аппаратура для дистанционного управления; аппараты телефонные; бирки для товаров электронные; браслеты идентификационные магнитные; брелоки электронные для дистанционного управления; видеокамеры; видеокамеры для слежения за ребенком; видеокассеты; видео-няни; видеотелефоны; видеоэкраны; вывески механические; вывески светящиеся; гарнитуры беспроводные для телефонов; голограммы; диктофоны; дискеты; диски магнитные; диски оптические; доски интерактивные электронные; доски объявлений электронные; знаки светящиеся; значки настройки, загружаемые для мобильных телефонов; интерфейсы для компьютеров; карты с магнитным кодом; книги электронные; книжки записные электронные; кнопки для звонков; компакт-диски [аудио-видео]; компакт-диски [неперезаписываемые]; компьютеры; компьютеры персональные переносные; компьютеры планшетные; компьютеры портативные; компьютеры, носимые на себе; мембраны [акустика]; механизмы для автоматов с предварительной оплатой; мониторы [компьютерное оборудование]; мониторы [программы для компьютеров]; носители информации магнитные; носители информации оптические; обеспечение программное для*

компьютеров; оборудование компьютерное; передатчики телефонные; передатчики электронных сигналов; платформы программные, записанные или загружаемые; платы для интегральных схем; платы печатные; приборы для дистанционной записи; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; программы для компьютеров; программы игровые для компьютеров, загружаемые; программы игровые для компьютеров, записанные; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для компьютеров; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые; процессоры [центральные блоки обработки информации]; публикации электронные загружаемые; радио-видео няня; радиопередатчики [дистанционная связь]; радиоприборы; радиоприемники для транспортных средств; рации портативные; рупоры; рупоры для громкоговорителей; свистки сигнальные; свистки спортивные; сигнализация световая или механическая; сигналы спасательные, невзрывные и непиротехнические; сирены; системы контроля доступа электронные для блокировки двери; сканеры [оборудование для обработки данных]; смарт-карточки [карточки с микросхемами]; смартфоны; средства обучения аудиовизуальные; станции радиотелефонные; телефоны мобильные; телефоны переносные; телефоны сотовые; терминалы интерактивные сенсорные; устройства для обработки информации; устройства охранной сигнализации; устройства связи акустические; устройства сигнальные аварийные; устройства сигнальные противотуманные, за исключением взрывчатых; устройства сигнальные тревожные; устройства считывающие [оборудование для обработки данных]; устройства, считывающие штриховые коды; файлы изображений загружаемые; фонари сигнальные; шлемы виртуальной реальности; элементы графические, загружаемые для мобильных телефонов; устройства аудио-видео для слежения за ребенком; фильмы мультипликационные», другой части товаров 16 класса МКТУ «альбомы; афиши; баннеры бумажные; билеты; бирки багажные из бумаги; блокноты; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; вывески бумажные или картонные; газеты; доски, щиты для объявлений бумажные или картонные; журналы [издания периодические]; издания периодические; издания печатные; календари; картинки; каталоги; книги; листовки; материалы графические

печатные; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; открытки поздравительные; открытки почтовые; плакаты; продукция печатная; расписания печатные; товары писчебумажные; этикетки из бумаги или картона», всех товаров 18 класса МКТУ «бумажники; визитницы; зонты; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; рюкзаки; сумки; чемоданы», всех товаров 25 класса МКТУ «кепки [головные уборы]; обувь; одежда», всех товаров 28 класса МКТУ «автоматы для видеоигр; автоматы игровые для азартных игр; автоматы игровые с предварительной оплатой; билеты лотерейные со стираемым слоем; игрушки; игрушки мягкие; игрушки плюшевые; игрушки с подвижными частями; игры; игры и игрушки портативные электронные с телекоммуникационными функциями; игры комнатные; игры настольные; игры-конструкторы; роботы игрушечные; устройства для игр», другой части услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных



сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с

прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по переезду предприятий; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч (офисные функции); услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги PPS; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; оптовая и розничная продажа товаров, в том числе через сеть Интернет», всех услуг 38 класса МКТУ «агентства печати новостей; вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа в интернет; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в интернете; обеспечение телекоммуникационного подключения к интернету; обеспечение телекоммуникационными каналами, предоставляющими услуги телемагазинов; передача видео по запросу; передача поздравительных открыток онлайн; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием

компьютера; передача телеграмм; передача цифровых файлов; предоставление онлайн форумов; предоставление услуг видеоконференцсвязи; прокат аппаратуры для передачи сообщений; прокат времени доступа к интернету; радиовещание; радиосвязь; связь телефонная; телеконференции; услуги голосовой почты; услуги по маршрутизации и соединению телекоммуникационные; услуги по передаче потока данных», другой части услуг 41 класса МКТУ «академии [обучение]; аренда произведений искусства; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; информация по вопросам отдыха; информация по вопросам развлечений; макетирование публикаций, за исключением рекламных; монтирование теле- и радиопрограмм; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация лотерей; передачи развлекательные телевизионные; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; прокат радио- и телевизионных приемников; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; развлечения; редактирование текстов; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; составление программ встреч [развлечение]; субтитрование; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; услуги по распространению билетов [развлечение]», всех услуг

42 класса МКТУ «анализ компьютерных систем; защита информационных систем от вирусов; инсталляция программного обеспечения; исследования и разработка новых товаров для третьих лиц; исследования технологические; консультации в области информационной безопасности; консультации в области информационных технологий; консультации по вопросам информационной безопасности; консультации по вопросам программного обеспечения; консультации по защите цифровых данных; модернизация программного обеспечения; мониторинг компьютерных систем для выявления неисправностей; мониторинг компьютерных систем для обнаружения несанкционированного доступа или взлома данных; мониторинг компьютерных систем с удаленным доступом; обеспечение программное как услуга [SaaS]; обслуживание программного обеспечения; перенос данных или документов с физического носителя на электронный; предоставление информации в области компьютерных технологий и программирования через веб-сайты; предоставление поисковых средств для интернета; предоставление программной платформы готовой к использованию облачных сервисов [PaaS]; преобразование данных и информационных программ, за исключением физического преобразования; проектирование компьютерных систем; прокат веб-серверов; прокат компьютеров; прокат программного обеспечения; размещение компьютерных сайтов [веб-сайтов]; разработка компьютерных платформ; разработка программного обеспечения; разработка программного обеспечения для издательского дела; сервер хостинг; создание и разработка информационных каталогов на базе веб-сайтов для третьих лиц [услуги в области информационных технологий]; создание и техническое обслуживание веб-сайтов для третьих лиц; составление программ для компьютеров; составление технической документации; тиражирование компьютерных программ; услуги «облачных» вычислений; услуги дистанционного резервного копирования данных; услуги консультационные в области информационных технологий; услуги шифрования цифровых данных; хранение данных в электронном виде; электронное отслеживание операций с кредитными картами для обнаружения мошенничества через интернет; электронное отслеживание персональных данных для обнаружения кражи информации через интернет», всех услуг 45 класса МКТУ «аренда доменных имен в

*сети интернет; консультации по вопросам интеллектуальной собственности; контроль в области интеллектуальной собственности для юридических лиц; лицензирование [услуги юридические] в части публикации программного обеспечения; лицензирование интеллектуальной собственности; лицензирование программного обеспечения [услуги юридические]; регистрация доменных имен [услуги юридические]; сбор информации о физических лицах; управление делами по авторскому праву; управление юридическое лицензиями; услуги клубов по организации встреч или знакомств; услуги социальных сетей онлайн; услуги юридические, связанные с согласованием договоров для третьих лиц; услуги юридического наблюдения»* словесный элемент «Музыка» заявленного обозначения не носит прямого описательного характера и не способен прямо указывать на какие-либо характеристики данных товаров и услуг, является фантазийным, что не позволяет применить к нему требования пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Также коллегией учтено, что заявленное обозначение включает словесный элемент «Яндекс», который влияет на уровень его запоминаемости в целом и придает ему дополнительную индивидуализирующую нагрузку.

Доводы заявителя в отношении существующей практики регистрации товарных знаков со словесным элементом «Музыка» / «Music» не приводят к иным выводам коллегии. Делопроизводство по каждой заявке ведется независимо с учетом всех обстоятельств дела.

Кроме того, приведенные примеры товарных знаков содержат дополнительные отличия, выражающиеся в наличии иных словесных, изобразительных элементов, в написании обозначений слитно, что в целом влияет на их существо.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**удовлетворить возражение, поступившее 09.03.2022, изменить решение Роспатента от 11.11.2021 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2020711803.**