

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденных приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее - Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 21.04.2021, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Яндекс», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2019740938, при этом установила следующее.



Обозначение «» по заявке №2019740938 подано 19.08.2019 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 09 и услуг 35, 38, 39, 41, 42 классов МКТУ.

Роспатентом 23.12.2020 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2019740938 в отношении всех заявленных

товаров и услуг на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому установлено следующее.

Заявленное обозначение в целом не обладает различительной способностью, поскольку в нем доминирующее положение занимают неохранные элементы – простые геометрические фигуры: изображение пяти горизонтально расположенных линий, одна из которых является короткой. При изображении линий использована желто-красная цветовая гамма. Композиция из вышеуказанных геометрических фигур не образует композицию, дающую качественно иной уровень восприятия, отличный от восприятия отдельных входящих в нее элементов. Одновременно, цвет – это характеристика определенного объекта, а не сам объект, он используется для исполнения знака в избранном цветовом сочетании, которое учитывается при экспертизе знака наряду с его внешним видом, цвет для товаров не обладает различительной способностью.

Кроме того, в оспариваемом решении Роспатента проанализированы документы, представленные в рамках ответа на уведомление, которые, по мнению заявителя, доказывают приобретенную различительную способность заявленного обозначения. Относительно указанных документов в оспариваемом решении сделан вывод об их недостаточности для вывода о приобретении обозначением по заявке №2019740938 различительной способности в отношении заявленных товаров и услуг.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 21.04.2021 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 23.12.2020.

По мнению заявителя, обозначение по заявке №2019740938 не может быть отнесено к простой геометрической фигуре. В обоснование указанного довода заявитель ссылается на Решение Суда по интеллектуальным правам от 13.07.2020 по делу № СИП-164/2020, согласно которому сложным геометрическим фигурам может быть предоставлена правовая охрана. При этом под сложной геометрической фигурой понимается, в том числе, составные геометрические фигуры, созданные путем объединения нескольких других простых геометрических фигур.

Заявленное обозначение состоит из простых геометрических фигур (а именно, прямоугольников), при этом составные элементы объединены общим замыслом (а именно, объединены в колоночную матрицу), поэтому образуют композицию, обладающую различительной способностью.

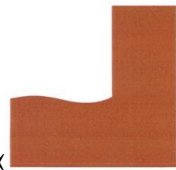
Образ колоночной матрицы непосредственно связан с основной деятельностью заявителя. Заявленное обозначение представляет собой логотип продукта ClickHouse. ClickHouse — это колоночная аналитическая СУБД (Система управления базами данных) с открытым кодом, позволяющая выполнять аналитические запросы в режиме реального времени на структурированных больших данных, разрабатываемая компанией Яндекс. Желтый цвет колонок при том символизирует поисковую строку Яндекс, которая выполнена желтым цветом, а красный квадрат – нужную пользователю ячейку. В отличие от многих других СУБД, ClickHouse работает с таблицами поколоночно, а не построчно, таким образом, желтые колонки символизируют основной принцип обработки данных, на котором функционирует продукт. Заявитель просит коллегию принять во внимание, что изображение, представляющее собой заявленное обозначение, не является традиционным и безальтернативным для лиц, производящих товары и оказывающих услуги 09, 35, 38, 39, 41 и 42 классов МКТУ.

По мнению заявителя, предоставление правовой охраны заявленному обозначению коррелирует правоприменительной практике Роспатента (решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 7 сентября 2015 г., принятое по результатам рассмотрения возражения от 04.02.2015 против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №455972), а также судебной практике (Постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.04.2016 по делу № СИП-661/2015).

Кроме того, по мнению заявителя, обозначению по заявке №2019740938 может быть предоставлена правовая охрана на основании положений подпунктов 1-2 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса. В подтверждение приобретенной различительной способности заявленного обозначения, заявитель ссылается на использование обозначения для своего продукта начиная с 2016 года, когда он был размещен в

качестве программы с открытым кодом, по лицензии Apache 2.0. В настоящее время многие компании успешно используют ClickHouse, в том числе: Cloudflare, Bloomberg, ВКонтакте, Rambler, Тинькофф банк, NIC Labs Chile, Amadeus, Avito.ru, Criteo, ContentSquare, СМІ2, ivi.ru, Mail.ru, Adtelligent, Carto, Lifestreet, Infinidat, SemRush и др. Кроме того заявителем представлен пакет документов, иллюстрирующих интенсивность использования обозначения, объемы и географию такого использования, затраты на рекламу заявленного обозначения, что в совокупности является достаточным для подтверждения приобретения заявленным обозначением различительной способности в отношении сокращенного перечня товаров 09 и услуг 35, 38, 39, 41, 42 классов МКТУ.

Возможность регистрации обозначений, представляющих собой композицию, но состоящих из простых геометрических фигур, подтверждается сосуществованием зарегистрированных на имя различных правообладателей следующих товарных

знаков: «», «», «», «», «» по свидетельствам №№ 543393, 639868, 647443, 769273, 455972, а также следующих

знаков «», «», «», по международным регистрациям №№1408852, 1484171, 1541975.

На основании изложенного в возражении содержится просьба отменить решение Роспатента от 23.12.2020 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2019740938 в отношении следующих товаров и услуг:

*09 - доски интерактивные электронные; доски объявлений электронные; интерфейсы для компьютеров; карточки идентификационные магнитные; карты с магнитным кодом; компьютеры; компьютеры персональные переносные; компьютеры планшетные; компьютеры портативные; компьютеры, носимые на*

себе; мониторы [программы для компьютеров]; ноутбуки; обеспечение программное для компьютеров; помощники цифровые персональные [ПЦП]; 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; публикации электронные загружаемые;

35 - агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; ведение автоматизированных баз данных; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; оформление рекламных материалов; предоставление деловой информации через веб-сайты; 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; продвижение продаж; для третьих лиц; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление потребительской лояльностью; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; оптовая и розничная продажа товаров, в том числе через сеть Интернет.

38 - вещание беспроводное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа к базам данных;

обеспечение доступа на дискуссионные форумы в интернете; предоставление онлайн форумов; рассылка электронных писем; услуги по передаче потока данных.

39 - хранение данных или документов в электронных устройствах.

41 - обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; 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]; передача ноу-хау [обучение]; переподготовка профессиональная; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть.

42 - анализ компьютерных систем; восстановление компьютерных данных; инсталляция программного обеспечения; исследования в области телекоммуникационных технологий; исследования и разработка новых товаров для третьих лиц; консультации в области дизайна веб-сайтов; консультации в области информационной безопасности; консультации в области информационных технологий; консультации в области разработки и развития компьютерной техники; консультации по вопросам программного обеспечения; консультации по защите цифровых данных; модернизация программного обеспечения; обеспечение программное как услуга [SaaS]; обслуживание программного обеспечения; 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; проведение исследований по

*техническим проектам; проектирование компьютерных систем; прокат веб-серверов; прокат компьютеров; прокат программного обеспечения; размещение компьютерных сайтов [веб-сайтов]; размещение серверов; разработка компьютерных платформ; разработка программного обеспечения; 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 консультационные в области информационных технологий.*

В подтверждение изложенных доводов к возражению приложены следующие документы:

1. Статья из Википедии о ClickHouse;
2. Статья из Национальной библиотеки им. Н. Э. Баумана о ClickHouse;
3. Распечатка с официального сайта ClickHouse, подтвержденная сервисом internet archive;
4. Статьи о ClickHouse на портале Database of Databases; о функционале ClickHouse, подтвержденная сервисом internet archive; о технологии ClickHouse на GitHub; о запуске технологии ClickHouse на Хабре; об использовании технологии ClickHouse на Хабре; об использовании технологии ClickHouse Московским Кредитным Банком; об использовании технологии ClickHouse на портале Medium; о функциональности технологии ClickHouse на сайте iTelmenko; об архитектуре СУБД ClickHouse на сайте Big Data; о запуске ClickHouse на Android; об использовании технологии ClickHouse ВКонтакте на Хабре; на форуме Skladchik.com о применении ClickHouse в веб-разработке; о применении ClickHouse в блоге PVS-Studio; о ClickHouse на портале Тут Блог; об истории ClickHouse на официальном сайте проекта; о функциональном использовании ClickHouse; о сервисе ClickHouse в Яндекс Облаке; о Сотрудничестве Яндекса и ЦЕРН на новостном портале; Статья о запуске ClickHouse в режиме Docker на сайте Netpoint; Новости о ClickHouse в блоге Твиттера;

5. Отчеты о конференциях Analysys A10 (26-27 октября 2018 в Пекине); ClickHouse Meetup (2 апреля 2019 года в Мадриде); Percona Live Europe 2018 (5-7 ноября в Германии); ClickHouseDB Meetup на Фейсбуке (30 апреля 2018 г);

6. Анонсы мероприятий, посвященных программе «ClickHouse - современная колоночная база данных» (28.02.2018); (27.04.2018); (06.08.2019); (Саннивейль 23.04.2018);

7. Счёта-оферты на производство визиток ClickHouse № 665 от 07 августа 2017 г.; на производство футболок ClickHouse № 10YA19 от 30.01.2019 г.; на изготовление одежды с символикой ClickHouse № 96YA19 от 21.08.2019 г.; на производство футболок с логотипом ClickHouse № 42YA19 от 06.05.2019; фотографии экземпляра одежды с логотипом ClickHouse; рукава футболки с логотипом ClickHouse; образца печатной продукции с логотипом ClickHouse;

8. Результаты социологического опроса;

9. Скрины с релизом ClickHouse на официальном сайте Яндекса; канала ClickHouse на YouTube;

10. Распечатка поисковой выдачи Google по запросу ClickHouse; распечатка поисковой выдачи Яндекса по запросу ClickHouse;

11. Справка о посещаемости сайта с логотипом ClickHouse;

12. Справка о количестве визитов сервиса с логотипом ClickHouse с территорией охвата пользователей;

13. Сведения об известности поисковой системы Яндекс;

14. Распечатки делопроизводства по заявкам на товарные знаки 3-их лиц.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (19.08.2019) поступления заявки № 2019740938 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015.

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 пунктом 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.

В соответствии с пунктом 35 Правил указанные в пункте 34 настоящих Правил элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

Для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, 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.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака изобразительное



обозначение “ ” состоит из четырех полосок одинаковой длины и одной короткой полосы. Обозначение выполнено в сочетании желтого и красного цветов. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 09 и услуг 35, 38, 39, 41, 42 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение представляет собой изображение, состоящее из вертикально ориентированных узких полос (прямоугольников) одинаковой длины и одной полосы меньшего размера, при этом одна из длинных полос выкрашена одновременно желтым и красным цветом, а остальные элементы выполнены в желтом цвете. Таким образом, заявленное обозначение представляет собой сочетание простых геометрических фигур (прямоугольных). Каждый из элементов обозначения (отдельная геометрическая фигура) сам по себе является неохраноспособным, а их сочетание с учетом размеров, количества и расположения, не дает качественно иной уровень восприятия, отличный от восприятия отдельных

входящих в них элементов, что обуславливает вывод об отсутствии различительной способности у обозначения в целом.

Деление первого прямоугольника на две части (красную и желтую) не придает обозначению оригинальности и запоминаемости, позволяющих потребителю индивидуализировать товары и услуги производителя.

Анализируемое обозначение воспринимается как столбчатая диаграмма, применяемая различными субъектами хозяйственной деятельности в сфере аналитики, образования и других отраслях. Согласно доводам возражения, заявитель использует обозначение по заявке №2019740938 в целях индивидуализации аналитической программы управления базами данных, то есть именно для услуг по отображению и сравнению различных показателей функционирования программ. Следовательно, заявленное обозначение или сходные с ним до степени смешения используются различными лицами в области деятельности заявителя.

Что касается доводов заявителя о том, что благодаря выполнению изображения в желтом цвете, потребитель, вероятно, ассоциирует его с компанией Яндекс ввиду широкого использования ею в своих продуктах такого цвета, то коллегия отмечает следующее. Данный довод не подтвержден представленными документами, сведения об известности поисковой системы Яндекс [13] не могут свидетельствовать об известности использования этой компанией исключительно желтого цвета в товарах и при оказании услуг. Так, можно привести в пример



общеизвестный товарный знак « » по свидетельству №165, который выполнен в красном и черном цвете, а также товарные знаки



« », « » по свидетельствам №№ 772846, 739549. При этом, как представленные документы [13] так и

приведенные примеры товарных знаков заявителя свидетельствуют об узнаваемости словесных обозначений «Яндекс»/ «Yandex», а не цветовых сочетаний в отдельности.

Указанное свидетельствует о том, что, заявленное обозначение, в том виде как оно заявлено, не обладает различительной способностью, т.е. в нем отсутствуют признаки, необходимые и достаточные для запоминания его потребителями.

Законодательством допускается регистрация в качестве товарного знака такого рода обозначений при условии приобретения обозначением различительной способности в результате его использования (абзац 7 пункта 1 статьи 1483 Кодекса).

Заявитель полагает, что заявленное обозначение обладает различительной способностью. В этой связи им представлены документы в отношении использования заявленного обозначения в качестве средства индивидуализации товаров 09 и услуг 35, 38, 39, 41, 42 классов МКТУ.

Анализ представленных документов [1-14] показал следующее.

Коллегия отмечает, что согласно представленным материалам [1-12, 14] во всех статьях, сайтах, социальных сетях и прочих ресурсах используется не

отдельное обозначение », а комбинированное обозначение

« ClickHouse», где индивидуализирующую функцию выполняет словесный элемент «CLICK HOUSE». Таким образом, заявленное обозначение используется не в том виде, в котором оно заявлено на регистрацию, а с использованием дополнительных словесных элементов.

Следует подчеркнуть, что использование комбинированного обозначения не является надлежащим доказательством приобретения различительной способности изобразительным элементом этого комбинированного обозначения в отдельности.

Представленная статья о функционале ClickHouse, подтвержденная сервисом internet archive, содержит отличное от заявленного изобразительное обозначение



“ ”. Представленные материалы [13] не содержат заявленного обозначения.

Что касается представленных счетов [7] в оплату изготовления брендированных футболок (в совокупности 600 штук) и визиток (в совокупности 250 штук), то, по мнению коллегии, данные заказы скорее свидетельствуют о создании заявителем фирменного стиля, нежели о рекламе заявленного обозначения.

Представленный опрос по логотипу [8], проведенный самостоятельно заявителем через электронную форму опросника среди 280 респондентов показал, что из них 262 лица знакомы с заявленным обозначением, при этом 271 респондент связывает его с производителем ООО “Яндекс” и полагает его использование для программного обеспечения. Вместе с тем такой опрос отражает мнение незначительной группы респондентов и проведен силами заинтересованного лица, то есть самого заявителя. Кроме того, результаты опроса не коррелируют остальным представленным документам.

Представленные результаты поисковых запросов [10] выстроены не с учетом поиска по картинке, а по запросу словесного элемента «Click house», который отсутствует в заявленном обозначении.

Представленные справочные материалы [11-12] свидетельствуют о прогрессии пользователей программы с 26 млн. в 2017 году до 130 млн. в 2020 году, при этом география такого использования охватывает 45 городов Российской Федерации.

Представленные сведения о международных конференциях и семинарах [5] не подтверждают факт приобретенной различительной способности заявленного обозначения на российском потребительском рынке.

Кроме того, следует отметить, что все представленные документы касаются исключительно товара – программное обеспечение, а также услуг в области программирования, в то время как использование заявленного обозначения даже в составе комбинированного знака в отношении остальных испрашиваемых товаров

09 и услуг 35, 38, 39, 41, 42 классов МКТУ, не проиллюстрировано представленными материалами.

Вместе с тем даже в отношении части товаров 09 класса МКТУ *“обеспечение программное для компьютеров; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; программы для компьютеров; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для компьютеров; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые”* и услуг 42 класса МКТУ *«анализ компьютерных систем; модернизация программного обеспечения; обеспечение программное как услуга [SaaS]; обслуживание программного обеспечения; предоставление информации в области компьютерных технологий и программирования через веб-сайты; предоставление поисковых средств для интернета; предоставление программной платформы готовой к использованию облачных сервисов; преобразование данных и информационных программ, за исключением физического преобразования; проектирование компьютерных систем; прокат программного обеспечения; разработка компьютерных платформ; разработка программного обеспечения; 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»*, правовая охрана не может быть предоставлена, так как материалы возражения не содержат фактических данных об использовании заявленного обозначения, в том виде как оно заявлено.

В связи с чем, вывод, указанный в решении Роспатента, о несоответствии заявленного обозначения в отношении заявленных товаров и услуг требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, является правомерным.

Возможность регистрации заявленного обозначения на основании положений, предусмотренных положениями подпункта 2 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, опровергается доминированием неохраняемых элементов обозначения, то есть несоответствием заявленного обозначения требованиям абзаца пятого пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, под комбинацией, обладающей различительной способностью, следует понимать совокупность объединенных единым замыслом изобразительных элементов, дающих качественно новый уровень их восприятия. Вместе с тем последовательное изображение желтых полос не придает знаку оригинальности и запоминаемости, позволяющих потребителю индивидуализировать товары/услуги производителя.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о несоответствии обозначения по заявке №2019740938 требованиям подпункта 2 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса.

Что касается ссылок заявителя на регистрационную практику Роспатента и предоставление правовой охраны различным обозначениям, представляющим собой комбинацию простых геометрических фигур, то коллегия установила следующее.

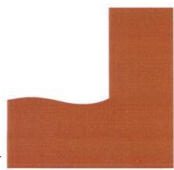
Ряд из обозначений, которым предоставлена правовая охрана действительно образуют запоминающиеся композиции, приводящие к новому уровню восприятия,



как, например, в товарном знаке « » по свидетельству №543393,



полоски образуют очертание букв «МС», в знаке « » по свидетельству №639868 полосы образуют контур людей, стоящих рядом друг с другом, в



товарном знаке « » по свидетельству №455972 использованы гибкие плавные линии, которые не позволяют сделать вывод о том, что фигура является



простой, в знаке « » по международной регистрации №1408852 простые геометрические фигуры образуют очертание человека и так далее.

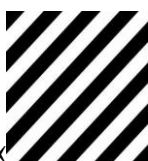
Вместе с тем коллегия обращает внимание на то, что практика Роспатента в части отказа в регистрации простых геометрических фигур как не обладающих

различительной способностью может быть подтверждена следующими примерами:  
решением Роспатента от 16.04.2021 оставлен в силе отказ Роспатента в

государственной регистрации товарного знака «» по заявке  
№2019702140, решениями Роспатента от 29.04.2021 оставлены в силе решения



Роспатента об отказе в государственной регистрации товарных знаков «»,



«», «» по заявкам №2018742466, 2018742468,  
2018749642.

Что касается ссылок заявителя на решение Суда по интеллектуальным правам от 13.07.2020 по делу № СИП-164/2020, то коллегия обращает внимание на то, что оно согласно сведениям с сайта <https://kad.arbitr.ru/Card/342639c4-07bd-4b95-baee-192fb2d56f8f> данное решение отменено Постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 09.11.2020 и направлено на повторное рассмотрение, следовательно, данное решение не вступило в законную силу, поэтому не может быть учтено.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 21.04.2021,  
оставить в силе решение Роспатента от 23.12.2020.**