

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, зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за № 59454 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 11.09.2023 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 911259, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Репутация», Московская область (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Товарный знак по свидетельству № 911259 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 14.12.2022 по заявке № 2021774369 с приоритетом от 12.11.2021 на имя Шайхутдина Ильдара Альбертовича, Москва (далее – правообладатель), в отношении товаров и услуг 16, 35, 38, 41, 45 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Оспариваемый товарный знак представляет собой словесное обозначение **«Репутация»**, выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 11.09.2023, а также дополнениях к нему, представленных 27.12.2023, 24.01.2024, 19.07.2024, 31.07.2024, 05.08.2024,

09.09.2024, 11.12.2024, 19.12.2024, 20.12.2024, 25.12.2024, выражено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку «Репутация» по свидетельству № 911259 предоставлена в нарушение требований пунктов 3, 8 статьи 1483 Кодекса.

Лицо, подавшее возражение, оспаривает регистрацию товарного знака «Репутация» по свидетельству № 911259 в связи с тем, что он вводит потребителей в заблуждение и нарушает исключительное право обратившегося с возражением лица на фирменное наименование.

Лицо, подавшее возражение, отмечает, что ООО «Репутация» было зарегистрировано 09.04.2021, то есть ранее, чем дата приоритета оспариваемого товарного знака (12.11.2021), при этом товарный знак «Репутация» и противопоставляемое фирменное наименование тождественны по фонетическому, семантическому и графическому критериям.

Лицом, подавшим возражение, сообщается о ведении деятельности по рекламе, организации мероприятий, продаже билетов, подбору спикеров, поиску партнеров, что соответствует товарам и услугам 16, 35, 38, 41 и 45 классам МКТУ.

Так, отмечается, что ООО «Репутация» до 12.11.2021 фактически занималось организацией бизнес-форумов и рекламной деятельностью.

По мнению обратившегося с возражением лица, регистрация оспариваемого товарного знака была произведена недобросовестно и может служить для создания препятствий деятельности ООО «Репутация», что подтверждается предложением правообладателя, которому было известно о бизнес-форуме «Репутация», о предоставлении лицу, подавшему возражение, прав на оспариваемый товарный знак за вознаграждение.

ООО «Репутация» утверждает, что начало использовать обозначения «Репутация» / «Reputation» с 09.04.2021, в связи с чем ссылается на факт регистрации 26.03.2021 доменного имени reputationbusinessforum.ru, документы о рекламной кампании бизнес-форума «Репутация», начавшейся 01.06.2021 (включала наружную рекламу, рекламу в средствах массовой информации, сети Интернет, социальных сетях, на радио и телевидении, распространение листовок, email-рассылки, а также сотрудничество с партнерами для продвижения форума),

доказательства проведения мероприятий (форума 10.12.2021, фестиваля 23-27.06.2021, пресс-конференции 12.10.2021, гала-ужина 11.11.2021, заседаний делового клуба 29.04.2021 и 29.05.2021) начиная с апреля 2021 года, продажи билетов (о начале продаж объявлено 29.08.2021 в рамках авторалли), поиска спикеров в рамках бизнес-форума.

В подтверждение своей позиции лицо, подавшее возражение, представило следующие материалы:

1. PR-отчет пресс-конференции бизнес-форума «Репутация».
2. Информация по домену <https://www.reputationbusinessforum.ru/>.
3. Информация по мероприятиям и фотоотчет, на которых бизнес-форум «Репутация» был интегрирован как партнер до 12.11.2021.
4. Договор-заявка от 01.10.2021 на предоставление услуг с приложением акта от 28.02.2022, счета-фактуры от 28.02.2022.
5. Договор-заявка от 01.10.2021 на предоставление услуг с приложением акта от 31.01.2022, счета-фактуры от 31.01.2022.
6. Письма от 11.04.2023, от 19.05.2023, от 18.05.2023, от 20.04.2023, от 29.11.2022.
7. Письмо композитору.
8. Письмо от 25.10.2021.
9. Приглашения на бизнес-форум «Репутация» известным лицам.
10. Договор на проведение рекламной кампании от 09.11.2021 с приложением.
11. Договор от 20.09.2021 с приложением.
12. Презентация бизнес-форума «Репутация» на 2021 год.
13. Презентация бизнес-форума «Репутация» на 2023 год.
14. Письма от 27.05.2021, от 31.08.2021, от 27.05.2021, от 02.08.2021, от 06.07.2021, от 22.10.2021, от 05.09.2023.
15. Письмо Советника Президента.
16. Приказ №1 от 09.04.2021.
17. Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе от 09.04.2021.
18. Уведомление от 09.04.2021.

19. Выписка из ЕГРЮЛ от 08.09.2023.
20. Платежные поручения № 108 от 11.11.2021, № 50 от 22.10.2021, № 7 от 10.11.2021, № 60281 от 10.11.2021, № 6889 от 09.11.2021, № 6752 от 02.11.2021, № 6170 от 12.10.2021, № 6410 от 19.10.2021, № 6613 от 26.10.2021, № 5940 от 05.10.2021, № 4157 от 09.11.2021.
21. Акт о проведении зачета взаимных требований от 31.12.2021, акт сверки от 01.01.2022 к договору от 20.09.2021.
22. Эфирные справки рекламных передач (приложения к договору).
23. Акты приема передачи от 30.11.2021 и счета-фактуры от 30.11.2021.
24. Договор от 22.06.2021.
25. Материалы СМИ и пресс-конференции.
26. Соглашение об оказании услуг от 29.10.2021.
27. Договоры от 07.10.2021, от 08.10.2021.
28. Письмо-запрос на предоставление коммерческого предложения от 05.07.2022.
29. Коммерческое предложение на услугу регистрации товарного знака.
30. Договоры на оказание услуг от 05.07.2022, счета на оплату от 05.07.2022.
31. Договор от 13.07.2021, счета, платежные поручения, печатная продукция («Принтария»).
32. Договор от 18.10.2021, счета, платежное поручение, рекламные услуги (ИП Чекмарев).
33. Договор от 08.10.2021, акт выполненных работ, платежное поручение, аренда музея для проведения пресс-конференции (ГЦМСИР (Музей)).
34. Договор от 18.06.2021, платежные поручения, декорационное сопровождение (баннеры) (ИП Фролов).
35. Договор, платежное поручение, рекламные услуги («Жара ТВ»).
36. Счета, акты на оплаты, платежное поручение («Крокус Экспо»).
37. Договор от 22.09.2021, платежное поручение, услуги на рекламу («Викенд Эдженси»).

38. Договор от 09.11.2021, платежное поручение, услуги артиста на гала-ужине «Репутация» (ИП Беляева).

39. Платежное поручение об аренде стульев на гала-ужине «Репутация» (ИП Ким).

40. Платежное поручение об аренде канделябров на гала-ужине «Репутация» (ИП Бурцев).

41. Платежное поручение о клининг-услугах, обслуживании гардероба на гала-ужине «Репутация» (ИП Баранникова).

42. Расходы на рекламу, платежные поручения, счета-фактуры.

43. Договор от 01.08.2021, акт выполненных работ, платежные поручения, услуги по фотосъемке (ИП Емельянова).

44. Договор от 08.10.2021 на техническое сопровождение мероприятия («Крокус Интернешнл»).

45. Договор от 09.11.2021, платежное поручение об организации питания и обслуживания на гала-ужине «Репутация» («Бэкстейдж Кейтеринг»).

46. Договор от 11.10.2021, платежное поручение об организации питания и обслуживания на пресс-конференции («Бэкстейдж Кейтеринг»).

47. Договор от 10.11.2021 о выступлении ди-джея на гала-ужине «Репутация» («Бэкстейдж Кейтеринг»).

48. Договор от 13.09.2021 о проведении видеосъемки (ООО «Биттех»).

49. Договор от 01.10.2021 на рекламные услуги (ООО «Хит ФМ»).

50. Договор от 28.10.2021 на рекламные услуги («С-Маркетинг»).

51. Договор от 13.10.2021 на услуги режиссера (ИП Золотарев).

52. Агентский договор от 15.09.2021 в отношении реализации билетов («Кассир.ру»).

53. Соглашение от 29.10.2021 об аренде места для проведения гала-ужина «Репутация», платежное поручение («Дом Пашкова»).

54. Распечатка из электронного толкового словаря Ожегова.

55. Электронный билет на всероссийский образовательный бизнес-форум «Репутация» 10.12.2021.

56. Приказы от 20.04.2021, от 01.10.2021, от 01.11.2021, от 01.12.2021, от 01.12.2021 об организованных мероприятиях бизнес-форума «Репутация».

57. Соглашение от 07.09.2021 с Максимовым Ю.В. о выступлении на образовательном бизнес-форму «Репутация».

58. Счет-договор от 11.11.2021 с ИП Баранниковой, УПД от 12.11.2021.

59. Приложения и акты приема-сдачи услуг от 18.06.2021 к договору от 18.06.2021 с ИП Фроловым.

60. Договор от 10.02.2022 с ООО «Бэкстейдж Кейтеринг» с приложением (меню), счетом-фактурой от 11.02.2022.

61. Счет-оферта от 30.08.2023 с ООО «МВП» и акт от 30.08.2023 к нему.

62. Договор оказания услуг от 18.04.2023 с ИП Константиновой и акт от 10.07.2023 к нему.

63. Договор оказания услуг от 24.05.2023 с Глушковой и акт от 03.06.2023 к нему.

64. Соглашение о сотрудничестве от 16.06.2022 с ООО «РК Спорт».

65. Презентация и публикации в Интернет-источниках о торжественной церемонии награждения спортивно-деловой премии «Чемпион» в Юсуповском дворце 14.06.2023.

66. Соглашение о сотрудничестве от 06.06.2023 с АНО «Агентство развития компьютерного спорта».

67. Соглашение о сотрудничестве и взаимодействии от 17.06.2023 с Федеральным агентством по делам молодежи.

68. Меморандум о сотрудничестве и взаимодействии по реализации проектов и инициатив между ООО «Репутация» и АО «Русская Медиагруппа» от 12.10.2021.

69. Меморандум о сотрудничестве и взаимодействии по реализации проектов и инициатив между ООО «Репутация» и ООО СК «Сбербанк Страхование» от 12.10.2021 и гарантийное письмо к нему.

70. Меморандум о сотрудничестве и взаимодействии по реализации проектов и инициатив между ООО «Репутация» и ООО «Фэшн Пресс» от 12.10.2021.

71. Меморандум о сотрудничестве и взаимодействии по реализации проектов и инициатив между ООО «Репутация» и ООО «Маер Групп» от 12.10.2021.

72. Спонсорский договор от 30.09.2021 между ООО «Репутация» и ООО «Национальная группа компаний «Родина наш дом».

73. Договор о сотрудничестве от 10.12.2021 с АО «Мерседес-Бенц Рус».

74. Распечатки СМИ из сети Интернет с указанием даты проведения мероприятий и веб-архивы.

75. Отчет агента/акт от 13.12.2021, счет-фактура от 13.12.2021, список проданных мест на мероприятие в «Крокус Сити Холл» 10.12.2021 к агентскому договору от 15.09.2021 с ООО «Кассир.ру».

76. Акт от 10.12.2021 к ранее представленному платежному поручению от АО «Сибпроект».

77. Акт об оказании услуг от 11.11.2021, счет-фактура от 11.11.2021, счета от 09.11.2021, от 09.11.2021 к соглашению об оказании услуг от 29.10.2021 с ФГБУ «Российская государственная библиотека».

78. Акт от 12.10.2021 и счет-фактура от 12.10.2021 к договору от 08.10.2021 с ФГБУ «Государственный центральный музей современной истории России» (ГЦМСИР).

79. Акт от 13.10.2021, счет-фактура от 13.10.2021, акт от 12.11.2021, счет-фактура от 12.11.2021 к договору от 08.10.2021 с АО «Крокус».

80. Акт сдачи-приемки услуг и передачи прав от 10.12.2021 к договору от 13.10.2021 с ИП Золоторевым.

81. Акт от 12.10.2021 и счет-фактура от 12.10.2021 к договору от 11.10.2021 с ООО «Бэкстейдж Кейтеринг».

82. Акт от 11.11.2021 и счет-фактура от 11.11.2021 к договору от 09.11.2021 с ООО «Бэкстейдж Кейтеринг».

83. Акт от 16.09.2021 к договору от 13.09.2021 с ООО «БитТех».

84. Акт от 11.11.2021 к договору об оказании услуг от 10.11.2021 с ИП Ниамеди.

85. Акт от 11.11.2021 к договору от 09.11.2021 с ИП Беляева.

86. Акты от 18.11.2021, от 18.12.2021, от 22.12.2021, от 29.12.2021 к договору от 18.10.2021 с ИП Чекмаревым.

87. Акт от 19.10.2021 к Договору от 22.09.2021 с ООО «Викенд Эдженси».

88. Акт от 25.08.2021 к Договору от 21.07.2021 с ООО «Жара ТВ».

89. Акт от 31.10.2021, счет-фактура от 31.10.2021 к ранее представленным платежным поручениям в пользу ООО «АДВ-сервис» за рекламные услуги в сети Интернет.

90. Счета-фактуры от 30.11.2021, от 31.10.2021 с ООО «В Контакте».

91. Акт и счет-фактура к нему от 31.10.2021, акт и счет-фактура к нему от 30.11.2021, акт и счет-фактура к нему от 31.12.2021 к ранее представленным платежным поручениям в пользу ООО «Гугл» за рекламные услуги в «Google Ads».

92. Акт от 31.12.2021 к договору от 28.10.2021 с ООО «С-Маркетинг».

93. Счета-фактуры от 21.10.2021, от 03.11.2021 к договору от 01.10.2021 с ООО «Хит ТВ».

94. Акты от 31.10.2021, от 30.11.2021 к договору от 07.10.2021 с ООО «Реклама на Рублевке».

95. Скриншоты из видеоматериала мероприятия 30.08.2024 (проведение игры Го) в «Центре Искусств Москва».

96. Документы, подтверждающие участие в образовательном форуме «Репутация» АО «ОТЛК ЕРА» (акт от 10.12.2021), ООО «Яковлев и партнеры» (акты от 10.12.2021), «ТОО BAFID» (акт от 10.12.2021) с актом сверки за 2021 г.

97. Акты и отчеты агента к договору от 22.07.2021 за периоды с 01.10.2021 по 31.10.2021, с 01.11.2021 по 30.11.2021, с 01.12.2021 по 31.12.2021.

98. Акт от 10.12.2021 к договору о сотрудничестве от 10.12.2021 с АО «Мерседес-Бенц Рус».

99. Акт об оказании услуг договору от 10.12.2021 с АО «Мерседес-Бенц Рус», счет-фактура от 11.12.2021, соглашение о зачете встречных однородных требований.

100. Акты об оказанных услугах от 31.10.2021, 04.11.2021, 11.11.2021, 14.11.2021, 30.11.2021, счета-фактуры (ООО «Яндекс»).

101. Скриншоты с видео мероприятий «Дом Пашкова», пресс-конференция, «Центр искусств Москва».
102. Скриншот сайта <https://www.reputationbusinessforum.ru>, подтвержденный веб-архивом на дату 07.11.2021, с указанием возможности покупки билета, в том числе билета на онлайн трансляцию.
103. Скриншоты сайта, градация билетов и промокод для клиентов «ВТБ», приглашения на мероприятия.
104. Отчет ООО «Кассир.ру» со списком проданных мест на всероссийский образовательный бизнес-форум «Репутация».
105. Примеры билетов на всероссийский образовательный бизнес-форум «Репутация», покупаемые через «Кассир.ру» и «Интиктс».
106. Платежное поручение от 10.11.2021 по покупке билета на форум Л. Гасымовой и фото ее присутствия 11.11.2021 в «Доме Пашкова».
107. Публикации и фотографии с мероприятий, на которых представлен логотип АО «Русская Медиагруппа» до даты приоритета оспариваемого товарного знака.
108. Фотография из «VEGAS Crocus City», на которой представлен логотип АО «Русская Медиагруппа».
109. Фотография из «VEGAS Crocus City» на навигационной панели которой представлен логотип АО «Русская Медиагруппа».
110. Фотография из «VEGAS Кунцево» на навигационной панели которой представлен логотип АО «Русская Медиагруппа».
111. Фотография, на которой представлен логотип АО «Русская Медиагруппа».
112. Фотография на LED-экране, на котором представлен логотип АО «Русская Медиагруппа».
113. Фотография фасада «Крокус Экспо», на котором представлен логотип АО «Русская Медиагруппа».
114. Фотография кулера с рекламой форума «Репутация» и логотипа «Русской медиагруппы» в сети «Crocus Fitness».

115. Фотография в зоне кардио в сети «Crocus Fitness» с рекламой форума «Репутация» и логотипа «Русской Медиагруппы».

116. Фотографии наружной рекламы, на которой представлен логотип АО «Русская Медиагруппа», договор от 07.10.2021 между ООО «Репутация» и ООО «Реклама на Рублевке» и приложения к нему, адресная справка.

117. Фотография сайта <https://www.reputationbusinessforum.ru/>, в разделе «Партнеры», подтвержденная веб-архивом, на которой представлен логотип АО «Русская Медиагруппа».

118. Фотография флаеров, на которых представлен логотип АО «Русская Медиагруппа».

119. Акт к приложению 1 к договору от 20.09.2021 с АО «Русская Медиагруппа», а также отчет о выполненных услугах к нему.

120. Акты к договору от 01.11.2021 АО «Русская Медиагруппа».

121. Скриншоты постов в социальной сети, на которых размещался логотип.

122. Гарантийное письмо от 11.10.2021 от ООО СК «Сбербанк страхование».

123. Акт к договору от 28.10.2021 с ООО «С-Маркетинг» с указанием периода оказания услуг «с 12.10.2021 по 31.12.2021».

124. Скриншот поста @reputationbusinessforum в социальной сети, подтверждающий продвижение бренда «Сбер страхование» до даты приоритета.

125. Статьи из сети Интернет, подтверждающие проведение мероприятий в том числе до даты приоритета оспариваемого знака – 12.11.2021, в которых размещены фотографии мероприятий и размещены логотипы компаний, которым ООО «Репутация» оказывала рекламные услуги.

126. Договор с ИП Даниловым от 19.10.2021 об установке программы «амоСRM» и приложения к нему.

127. Договор с ИП Троян от 05.10.2021 о PR-продвижении образовательного бизнес-форума «Репутация».

128. Перечень площадок для размещения рекламных материалов ООО «Репутация» в Крокусах.

129. Отчеты «Крокус», «Маер Груп», «Лоджик» о размещении рекламы.

130. Договор-заявка с АО «Крокус Интрнэшнл» от 15.09.2021 на изготовление рекламных носителей.

131. Договор-заявка с АО «Крокус Интрнэшнл» от 01.10.2021 на видеорекламу с актом от 28.02.2022 и счетом-фактурой.

132. Договор-заявка с АО «Крокус Интрнэшнл» от 01.10.2021 на видеорекламу с актом от 31.01.2022.

133. Акт сверки с АО «Русская медиагруппа» к договору.

134. Публикации в социальной сети проектов ООО «Репутация» до даты приоритета.

135. Приближенные изображения фотографий, представленные в дополнении к возражению от 10.12.2024.

136. Распечатка статьи о партнере форума «Репутация» – «Деловая Россия».

137. Подписанное приложение к акту с АО «Русская Медиагруппа», содержащее отчет о выполненных услугах.

В свою очередь, правообладатель выразил несогласие с доводами возражения и дополнений к нему, о чем 26.12.2023 представил отзыв и дополнения к нему (включая обобщения), поступившие 24.11.2023, 22.01.2024, 12.03.2024, 31.07.2024, 16.09.2024, 18.12.2024, 19.12.2024, доводы которых сводятся к следующему.

Правообладатель утверждает, что он активно использует товарный знак «Репутация» для продвижения товаров и услуг, указанных в перечне регистрации, в связи с чем заинтересован в сохранении прав на товарный знак в полном объеме.

Правообладатель полагает, что возражение подписано ненадлежащим лицом, так как не была представлена доверенность на имя представителя, что обуславливает юридическую несостоятельность возражения.

Также правообладатель сообщил, что ООО «Репутация» не представило доказательств, подтверждающих, что правообладатель действовал недобросовестно. В свою очередь, правообладатель сообщает о достаточных основаниях для регистрации знака, включая его участие в Совете по вопросам интеллектуальной собственности при Председателе Совета Федерации, в Общественном совете Роспатента, в совете по инвестиционной политике Торгово-промышленной палаты

Российской Федерации, в Генеральном совете общественной организации «Деловая Россия».

Правообладатель отмечает, что доказательства ассоциативной связи спорного обозначения у потребителей с лицом, подавшим возражение, отсутствуют. В частности, ООО «Репутация» не доказало, что до 12.11.2021 (даты приоритета товарного знака) средний российский потребитель связывал это название именно с данным обществом.

По мнению правообладателя, использование обозначения до подачи заявки на регистрацию товарного знака не является достаточным доказательством. При этом, проанализировав доказательства лица, подавшего возражение, правообладатель обратил внимание на то, что форум «R. Reputation Business Forum» проводился 10.12.2021 – после даты приоритета товарного знака, а до даты приоритета ООО «Репутация» лишь анонсировало мероприятие и начало продажу билетов, но не упоминалось в анонсах как организатор. Также отмечается, что согласно отчету агента (деятельность которого не учитывается при применении пункта 8 статьи 1483 Кодекса) до даты приоритета товарного знака (12.11.2021) продано только 7 билетов, что указывает на номинальный и символический объем оказания услуги по продаже билетов.

Правообладатель уточняет, что ООО «Репутация» не производило товары и не оказывало услуги, указанные в перечне товарного знака, до даты приоритета. Кроме того, ИП Шайхутдинов И.А. обращает внимание на то, что в России уже зарегистрированы товарные знаки, включающие слово «Репутация», например, «Reputation Lab» и «Reputation House», что исключает возможность ассоциации спорного обозначения исключительно с ООО «Репутация».

Правообладатель полагает, что ООО «Репутация» не доказало фактическое использование фирменного наименования. Так, в PR-отчетах пресс-конференции и гала-ужина не упоминается ООО «Репутация», отсутствуют кассовые чеки, подтверждающие коммерческую деятельность. Кроме того, большинство материалов, как установил правообладатель, относится к датам после приоритета товарного знака, следовательно, касается только подготовительных действий

(например, ряд договоров свидетельствует лишь о заказе услуг, но не об их оказании, рекламные кампании связаны с продвижением мероприятий, а не с оказанием услуг).

Согласно позиции правообладателя, факт продажи билетов не является достаточным для создания предпосылок, определяющих вероятность смешения средств индивидуализации, введение потребителей в заблуждение.

Также правообладатель отмечает, что ООО «Репутация» больше не оказывает услуги 41 класса МКТУ, что свидетельствует об отсутствии его заинтересованности в оспаривании правовой охраны товарного знака.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения ООО «Репутация» и сохранить правовую охрану товарного знака по свидетельству № 911259.

Правообладателем представлены следующие материалы:

138. Копия выписки из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Репутация» по состоянию на 23.10.2023.

139. Копия запроса стоимости услуг социологического исследования с ответом.

140. Состав Совета по вопросам интеллектуальной собственности при Председателе СФ ФС РФ.

141. Состав Общественного совета Роспатента.

142. Состав Совета по инвестиционной политике ТПП РФ.

143. Состав экспертов «Патентной школы Сколково».

144. Состав Генерального совета Общероссийской общественной организации «Деловая Россия».

145. Публикации об участии правообладателя в образовательных мероприятиях.

146. Сведения бухгалтерской отчетности ООО «Репутация».

147. Выписка о составе учредителей ООО «Репутация».

148. Перечень представленных ООО «Репутация» документов, которые подлежат исключению из анализа, по мнению правообладателя.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия сочла доводы возражения убедительными в части.

С учетом даты (12.11.2021) подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 (далее – Правила).

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

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

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

При установлении способности обозначения ввести потребителя в заблуждение учитываются в том числе сведения о товарных знаках или иных средствах индивидуализации, предоставление правовой охраны которым признано недействительным на том основании, что действия правообладателя, связанные с их регистрацией и использованием, были признаны в установленном законодательством Российской Федерации порядке актом недобросовестной

конкуренции или злоупотреблением правом на основании решения федерального антимонопольного органа и его территориальных органов или решения суда.

В соответствии с пунктом 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах.

Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги

по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 911259 представляет собой

словесное обозначение «**Репутация**», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 16, 35, 38, 41, 45 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации.

В связи с мнением правообладателя о том, что к возражению не были приложены документы, подтверждающие полномочия лица, подписавшего возражение, что влечет юридическую несостоятельность возражения, следует обратить внимание на то, что возражение подписано лицом, имеющим право действовать от имени юридического лица без представления доверенности. Так, в соответствии с пунктом 1 статьи 53 Гражданского кодекса Российской Федерации и уставными документами юридических лиц полномочия выступать от имени юридического лица без доверенности подлежат включению в единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ), согласно сведениям которого лицо, подписавшее возражение, является генеральным директором обратившегося с возражением лица. Имеющееся несоответствие в буквах при воспроизведении фамилии является очевидной технической ошибкой, в связи с иными материалами, представленными одновременно с возражением: сведениями об уплате пошлины лицом, подавшим возражение, копиями договоров, содержащих аналогичную подпись исполнительного органа юридического лица.

Таким образом, оснований для сомнений в том, что возражение, поступившее 11.09.2023, подано ООО «Репутация», не имеется.

В отношении довода правообладателя об отсутствии заинтересованности лица, подавшего возражение, в оспаривании правовой охраны товарного знака по свидетельству № 911259 коллегия отмечает следующее.

В соответствии с правоприменительной практикой, вопрос о заинтересованности лица в оспаривании регистрации товарного знака должен

рассматриваться с учетом правового статуса лица, подавшего возражения, его коммерческой деятельности и оснований для подачи возражения.

Одним из ключевых критериев признания заинтересованности по основанию, предусмотренному пунктом 8 статьи 1483 Кодекса в связи с нарушением прав на фирменное наименование, является наличие у обратившегося с возражением лица исключительного права на фирменное наименование. В данном случае ООО «Репутация» было зарегистрировано в установленном порядке в качестве юридического лица 19.04.2021, что подтверждается выпиской из ЕГРЮЛ [19]. Данное наименование сохранилось неизменным к моменту подачи возражения против регистрации товарного знака по свидетельству № 911259. Кроме того, виды деятельности ООО «Репутация», указанные в ЕГРЮЛ, соответствуют товарам и услугам, охватываемым правовой охраной оспариваемого товарного знака. Это обстоятельство указывает на то, что лицо, подавшее возражение, вправе действовать в той же хозяйственной сфере, что и правообладатель, используя при этом наименование «Репутация», совпадающее с оспариваемым товарным знаком, что, в свою очередь, обосновывает его интерес в защите своего права на фирменное наименование и предупреждении возможного смешения обозначений среди потребителей.

При этом необходимо разграничивать критерии, относящиеся к доказательствам фактического осуществления деятельности с использованием фирменного наименования, и критерии, подтверждающие наличие заинтересованности в оспаривании регистрации товарного знака. Доказательства фактического использования фирменного наименования исследуются для определения конкретных видов деятельности, для которых право на фирменное наименование подлежит защите. В свою очередь, наличие заинтересованности определяется, прежде всего, статусом обратившегося лица как хозяйствующего субъекта. Согласно сложившейся правоприменительной практике, для признания заинтересованности необходимо учитывать, что обратившееся с возражением лицо не находится в состоянии банкротства и продолжает осуществлять

предпринимательскую деятельность. Данный критерий подтвержден сведениями из ЕГРЮЛ, отражающими факт функционирования организации.

Для целей применения пункта 3 статьи 1483 Кодекса заинтересованность трактуется шире, поскольку в данном случае затрагиваются не только интересы хозяйствующего субъекта, но и интересы потребителей. Вопрос введения потребителей в заблуждение относительно изготовителя товара или лица, оказывающего услуги, требует анализа того, способно ли использование спорного обозначения вызвать ошибочное представление о происхождении товаров и услуг. Это относится к правовым основаниям, порочащим регистрацию, а не фактам о заинтересованности субъекта, обратившегося с возражением.

Таким образом, наличие у ООО «Репутация» фирменного наименования, видов деятельности, соответствующих перечню товаров и услуг оспариваемой регистрации, а также отсутствие признаков прекращения коммерческой деятельности в совокупности подтверждают его заинтересованность в оспаривании правовой охраны товарного знака.

Анализ соответствия оспариваемого товарного знака требованиям, предусмотренным пунктом 8 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

ООО «Репутация» – лицо, подавшее возражение, согласно сведениям ЕГРЮЛ [19], является обладателем исключительных прав на фирменное наименование, включающее обозначение «Репутация», с даты, предшествующей дате приоритета оспариваемого товарного знака.

Сходство фирменного наименования лица, подавшего возражение, с оспариваемым товарным знаком обусловлено полным вхождением оспариваемого товарного знака в противопоставляемое средство индивидуализации, что определяет фонетическое и смысловое тождество сравниваемых обозначений.

Наличие в противопоставляемом фирменном наименовании словесных элементов «Общество с ограниченной ответственностью», являющихся организационно-правовой формой юридического лица, не меняет вывода о сходстве сравниваемых средств индивидуализации друг с другом в целом, поскольку

определяющая роль в индивидуализирующей способности противопоставляемого фирменного приходится на слово «Репутация».

Графические особенности сравниваемых средств индивидуализации не могут служить превалирующими признаками в силу того, что фирменное наименование всегда исполнено в стандартной шрифтовой манере. При этом в данном случае слово «Репутация» совпадает и визуально.

Правообладатель не ставил под сомнение совпадение оспариваемого товарного знака и отличительной части противопоставляемого фирменного наименования, оно является очевидным.

Что касается однородности деятельности, осуществляющей лицом, подавшим возражение, и товаров / услуг, имеющихся в перечне оспариваемой регистрации, то необходимо отметить следующее.

Значительная часть документов, относящихся к периоду, предшествующему дате подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака, касается комплекса мероприятий, который осуществляло ООО «Репутация» в связи с проектом «Reputation Business forum».

Коллегией принятые к сведению доводы правообладателя о том, что в открытых источниках СМИ, представленных в материалах возражения, нет прямого указания на статус ООО «Репутация» в качестве организатора мероприятий в рамках проекта «Reputation Business forum», в том числе мероприятия, проведенного 10.12.2021, вместе с тем для квалификации осуществляющей ООО «Репутация» деятельности с использованием его фирменного наименования исследованию подлежат все материалы в их совокупности и взаимосвязи.

В свою очередь, из представленных материалов следует, что активная рекламная кампания проекта «Reputation Business forum» осуществлялась по заказу ООО «Репутация», о чем свидетельствуют договоры, акты, счета, отчеты, относящиеся к оплате наружной рекламы, размещения информации в СМИ, Интернет-пространстве и социальных сетях, для чего использовались медиаэкраны, билборды, телевизионная и радиореклама.

Как следует из приказов ООО «Репутация» от 20.04.2021, 01.10.2021, 01.11.2021, 01.12.2021 [56], реализация проекта «Reputation Business forum» связана не только с мероприятием, запланированным на 10.12.2021, но также и с иными мероприятиями, в частности:

- пресс-конференцией в музее (договор от 08.10.2021, акт и счет-фактура от 12.10.2021 к договору [27, 33, 78], договор, акт и счет на оказание услуг организации питания [46, 81], документы о техническом обеспечении мероприятия [79]), которая состоялась 11-12.10.2021 в Государственном музее Современной истории России (скриншоты с видеозаписи мероприятия [101], публикации о мероприятии в СМИ [21, 74]),

- гала-ужином (соглашение от 29.10.2021, акт об оказании услуг, счет-фактура от 11.11.2021, счета от 09.11.2021, от 09.11.2021 к соглашению [77], счета на выступление артистов [38, 44], документы об организации питания, уборки [47, 58, 82], документы о техническом обеспечении мероприятия [79]), который состоялся 11.11.2021 в комплексе «Дом Пашкова» Российской Государственной Библиотеки (скриншоты с видеозаписи мероприятия [101], публикации о мероприятии в СМИ [21, 74]).

Указанные события, несмотря на свое назначение служить анонсом основного этапа проекта «Reputation Business forum», являются самостоятельными мероприятиями, организованными в период, предшествующий дате подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака (12.11.2021).

В отношении возможности признания ООО «Репутация» организатором следует обратить внимание правообладателя на положения таких документов, как соглашение от 29.10.2021 об аренде места для проведения гала-ужина «Репутация», по условиям которого библиотека проводит мероприятие ООО «Репутация», которое, в свою очередь, оказывает услуги, в том числе услуги рекламы и несет ответственность за соблюдение при оказании таких услуг законодательства, меморандумы о сотрудничестве и взаимодействии, подписанные с третьими лицами 12.10.2021 [68, 69, 70, 71], в которых ООО «Репутация» фигурирует в качестве организатора.

Позиция правообладателя о том, что деятельность по организации мероприятий может иметь место только в случае, если она прямо поименована в таком виде в качестве предмета договора с третьими лицами, которые, в свою очередь, являются заказчиками соответствующей услуги («только услуга в пользу третьих лиц»), представляется неубедительной, поскольку в рамках применения положений пункта 8 статьи 1483 Кодекса оценивается осуществляемая хозяйствующим лицом деятельность с использованием его фирменного наименования (см. пункт 1.3 Обзора практики Суда по интеллектуальным правам по вопросам, связанным с применением пунктов 2, 4, 5, 8 и 9 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации, утвержденного постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 20.02.2020 № СП- 21/4). В данном случае третьими лицами, в пользу которых осуществлена организация мероприятий 12.10.2021 и 11.11.2021, являлись приглашенные участники, в том числе представители бизнессообщества и СМИ.

В рамках вышеуказанных мероприятий 12.10.2021 и 11.11.2021, связанных с анонсом бизнес-форума, запланированного на 10.12.2021, ООО «Репутация» осуществляло оказание рекламных услуг, что подтверждается договорами от 20.09.2021 [11], гарантийным письмом [122], меморандумами [68, 69, 71], скриншотами публикаций, видеозаписи мероприятия 11.11.2021, копиями приглашений на мероприятия 12.10.2021 и 11.11.2021, где размещены логотипы иных хозяйствующих лиц в рамках представленных договоров (например, , , 

Таким образом, из представленных документов следует, что ООО «Репутация» при проведении мероприятий 12.10.2021 и 11.11.2021 осуществляло оказание услуг рекламы иным хозяйствующим субъектам.

Что касается расчетов лица, подавшего возражение, с лицами, в пользу которых оказаны услуги, то непредставление части расчетных документов не предопределяет невозможность признания факта осуществления деятельности,

поскольку этот факт продемонстрирован иными материалами, в том числе актами взаимозачета, актами выполненных работ, публикациями в СМИ, которые натурально демонстрируют оказанные услуги.

Участие в мероприятии 10.12.2021 предполагалось на возмездной основе путем приобретения билетов разной категории. Согласно представленным в материалы дела доказательствам, для реализации таких билетов ООО «Репутация» заключены договоры с ООО «Кассир.ру» [52, 75, 104, 105] и ООО «Интиктс» [24, 105], а также организована возможность покупки их напрямую у организатора, то есть у ООО «Репутация» (организатор указан на билете [55]).

Коллегия соглашается с озвученной в заседаниях позицией правообладателя о том, что передача билетов агентам не является их реализацией (или оказанием услуг по распространению билетов), однако указанные билеты относятся к мероприятию 10.12.2021 и приобретались исключительно в целях участия в нем, следовательно, продажа билетов является формой реализации услуги по проведению мероприятия, так как приобретение билетов эквивалентно заключению договоров на оказание услуг мероприятия.

Следует обратить внимание на то, что часть билетов на мероприятие 10.12.2021 реализована ООО «Репутация» самостоятельно (см. скриншоты [102, 103], счета, платежные документы [20, 96, 106]), следовательно, соответствующие действия, являясь предпринимательской деятельностью по организации мероприятия, демонстрируют введение соответствующей услуги в гражданский оборот, которое начато еще до фактического проведения мероприятия.

Согласно пункту 1 статьи 1474 Кодекса исключительное право на фирменное наименование может быть использовано любым не противоречащим закону способом, в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети «Интернет».

С учетом сказанного мероприятия 12.10.2021 и 11.11.2021 проведены посредством предпринимательской деятельности ООО «Репутация», которое являлось их организатором. Действия, связанные с проведением мероприятия

10.12.2021, выраженные в продаже билетов, также отражают хозяйственную деятельность юридического лица в связи с использованием им своего фирменного наименования (которое указано на билетах) для услуг по организации мероприятия.

В отношении довода правообладателя о мнимом размере осуществленной лицом, подавшим возражение, ранее 12.11.2021 деятельности, следует отметить, что объем использования фирменного наименования не имеет значения при установлении фактического осуществления правообладателем под фирменным наименованием деятельности, однородной услугам, для которых зарегистрирован спорный товарный знак (см. пункт 1.4 Обзора практики Суда по интеллектуальным правам по вопросам, связанным с применением пунктов 2, 4, 5, 8 и 9 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации, утвержденного постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 20.02.2020 № СП- 21/4).

При этом заявление данного довода основано на сведениях фактически перечисленных средств в пользу ООО «Репутация» по, в частности, услуге рекламы. Вместе с тем коллегия обращает внимание на данные иных платежных документов и сведения актов взаиморасчетов, содержащих указание значительных денежных сумм. Участники гражданского оборота вправе самостоятельно определять порядок взаиморасчетов. В данном случае договоры носят возмездный характер, их исполнение подтверждено соответствующими актами, публикациями и иными доказательствами, в связи с чем предпосылок считать объем деятельности ООО «Репутация» мнимым не усматривается.

Для целей применения пункта 8 статьи 1483 Кодекса исследуется однородность доказанной деятельности юридического лица и товаров и услуг, отраженных в перечне оспариваемой регистрации товарного знака. Такой анализ показал следующее.

Осуществление услуг по организации мероприятий однородно по виду, назначению, условиям оказания, взаимозаменяемости таким услугам оспариваемой регистрации, как *«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 невиртуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация костюмированных представлений для развлечений», «услуги клубов по организации встреч или знакомств».

Что касается услуг образовательных и обучающих (*обучение практическим навыкам [демонстрация]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передача ноу-хау [обучение]; переподготовка профессиональная; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; проведение экзаменов; тьюторинг; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]), то они имеют иное назначение, нежели организация и проведение мероприятий. В свою очередь, позиционирование бизнес-форума как образовательно-просветительского проекта, не дает достаточных оснований для признания соответствующих услуг однородными деятельности ООО «Репутация». В данном случае ООО «Репутация» не продемонстрировало надлежащей правосубъектности (пункт 1 статьи 91 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»), следовательно, условия оказания, назначение сопоставляемых услуг и деятельности лица, подавшего возражение, являются различными, при этом критерий назначения для сравнения услуг является определяющим.*

Как установлено выше, продукцией, сопровождающей организации и проведению мероприятий, являются билеты на такие мероприятия, которые представляют собой печатную продукцию. Деятельность по выпуску билетов на мероприятия однородна по виду, назначению, условиям реализации товарам, являющимся печатной продукцией, а именно «брошюры; буклеты; календари; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; продукция печатная».

В свою очередь товары «блокноты; блокноты [канцелярские товары]», являющиеся изделиями бумажными, «журналы [издания периодические]; издания периодические; издания печатные», являющиеся продукцией издательств, «держатели удостоверений личности [офисные принадлежности]; зажимы для держателей удостоверений личности [офисные принадлежности]; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; папки-обложки для документов; планшеты с зажимом», являющиеся канцелярскими принадлежностями, относятся к изделиям иного вида, рода и назначения, чем билеты на мероприятия, вследствие чего коллегия не усматривает однородности таких товаров деятельности ООО «Репутация».

Аналогично, услуги издательств «макетирование публикаций, за исключением рекламных; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных» имеют совершенно иной, в сравнении с деятельностью по организации мероприятий, источник происхождения, характеризуются разными условиями оказания, разным кругом потребителей, как следствие, соответствующие услуги не однородны деятельности ООО «Репутация», осуществляемой данным лицом с использованием своего фирменного наименования.

Осуществление лицом, подавшим возражение, рекламных услуг, что доказано материалами возражения, представляет собой деятельность по продвижению товаров / услуг третьих лиц, как следствие, эта деятельность является однородной услугам «демонстрация товаров; исследования маркетинговые; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; публикация рекламных текстов; телемаркетинг» оспариваемого перечня, поскольку имеются такие признаки однородности, как общие род, назначение, условия оказания, круг потребителей.

Однако иные услуги 35 класса МКТУ, относящиеся к бизнес-услугам и помощи бизнесу (аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги

посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение бухгалтерских документов; исследования в области бизнеса; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; оценка коммерческой деятельности; поиск поручителей; помо́чь административная в вопросах тендера; помо́чь в управлении бизнесом; помо́чь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги субподрядные [коммерческая помо́ть]), услугам кадровых агентств (бюро по найму), услугам конъюнктурных исследований (изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования конъюнктурные; прогнозирование экономическое; услуги по исследованию рынка), а также услугам снабжения (услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]), имеют иное назначение, чем рекламная деятельность, отличаются от последней условиями оказания, кругом потребителей и не является взаимозаменяемыми или взаимодополняемыми с ней, в связи с чем не признаются однородными.

Услуги 38 класса МКТУ оспариваемой регистрации относятся к услугам связи и характеризуются разным назначением, условиями оказания в сравнении с услугами, осуществление которых доказано со стороны ООО «Репутация».

Остальные услуги оспариваемой регистрации относятся к услугам развлечений / предоставления контента («микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление музыкальных файлов онлайн,

незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; развлечения»), услугам «служба новостей» и услугам персональным («редактирование личной корреспонденции; сбор информации о физических лицах»), характеризуются иными назначением и кругом потребителей, не являются взаимозаменяемыми с деятельностью по организации мероприятий, в связи с чем признаются неоднородными деятельности, обратившегося с возражением лица.

Изложенное приводит к выводу о несоответствии оспариваемой регистрации в отношении части товаров и услуг, признанных однородными деятельности ООО «Репутация», требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса в связи с его сходством до степени смешения с фирменным наименованием указанного лица. Для другой части товаров и услуг вероятность смешения средств индивидуализации не установлена.

Сведения о внесенных в ЕГРЮЛ видах деятельности ООО «Репутация» не свидетельствуют о вероятности смешения средств индивидуализации, поскольку для оценки последней требуются фактические доказательства ведения юридическим лицом соответствующей деятельности в период, предшествующий дате подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака.

Что касается доводов возражения о нарушении оспариваемым товарным знаком положений, предусмотренных пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, то они являются недоказанными по следующим причинам.

Для вывода о возможности введения в заблуждение потребителей через ассоциацию с иным производителем товаров (лицом, оказывающим услуги), основанную на предшествующем опыте, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение (и сохранение) у потребителей стойкой ассоциативной связи между самим товаром (услугой), маркированным соответствующим обозначением, и его (ее) предшествующим источником происхождения.

Таким образом, норма пункта 3 статьи 1483 Кодекса может быть применена в случае, если потребитель осведомлен о ранее существовавшем обозначении и ассоциирует его с иным лицом (конкретным производителем), не являющимся правообладателем товарного знака.

В возражении указано на то, что способность оспариваемого обозначения вводить потребителей в заблуждение основана на ассоциациях этого обозначения с ООО «Репутация» как источником происхождения услуг рекламы, организации мероприятий, продажи билетов, подбора спикеров, поиска партнеров, основанных на предшествующем опыте потребителей.

Изложенный выше анализ представленных материалов позволяет заключить, что лицо, подавшее возражение, до даты приоритета оспариваемого товарного знака осуществляло деятельность, связанную с организацией мероприятий (фактически проведены пресс-конференция, гала-ужин), а также с подготовкой к организации бизнес-форума и продажей билетов для участия в нем. Маркировка всех мероприятий содержала обозначения, тождественные и сходные с оспариваемым товарным знаком.

Так, на фотографиях с пресс-конференции 12.10.2021 очевидно присутствие на нем баннера с элементами «Reputation Business Forum» / «Образовательный



бизнес-форум «Репутация» и логотипом «». Согласно скриншотам с гала-ужина в «Доме Пашкова», в ходе мероприятия также размещался баннер с элементами «Reputation Business Forum» / «Образовательный бизнес-форум



«Репутация», а также логотипом «». Мероприятие получило освещение в СМИ.

Аналогичные обозначения присутствуют на сайте лица, подавшего возражение, приглашениях на мероприятия 12.10.2021, 10.12.2021 и билетах. В рамках указанных мероприятий осуществлялась реклама логотипов иных лиц как путем отображения на баннере, так и размещением на «юбках» столов.

Как следует из вышеприведенного анализа, однородными соответствующим способам использования обозначений «Reputation Business Forum» /



«Образовательный бизнес-форум «Репутация», «REPUTATION BUSINESS FORUM» являются следующие товары и услуги:

16 - брошюры; буклеты; календари; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; продукция печатная;

35 - демонстрация товаров; исследования маркетинговые; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; публикация рекламных текстов; телемаркетинг;

41 - 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 невиртуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация костюмированных представлений для развлечений;

45 - услуги клубов по организации встреч или знакомств.

Следует отметить, что из представленных материалов действительно усматривается, что ООО «Репутация» осуществляло деятельность с использованием приведенных обозначений ранее 12.11.2021 (а именно деятельность по рекламе и по организации мероприятий). Вместе с тем объем такой деятельности и ее длительность не охватывают среднего потребителя на всей территории Российской Федерации.

Вероятность ошибочного восприятия источника происхождения товаров и услуг, маркированных спорным обозначением, может быть обусловлена длительным и активным использованием соответствующего обозначения иным лицом, как следствие, известностью этого обозначения потребителям подобного

рода товаров и услуг. Вместе с тем фактических доказательств, иллюстрирующих длительное и активное использование противопоставляемых обозначений на территории Российской Федерации и появление известности их широкому кругу потребителей товаров и услуг 16, 35, 38, 41, 45 классов МКТУ не представлено.

Сведения о рекламной кампании о предстоящем бизнес-форуме «Репутация» не могут демонстрировать достаточную степень информированности российского потребителя об источнике происхождения услуг, связанных с рекламой и организацией мероприятий, поскольку бизнес-форум проведен уже после даты приоритета оспариваемого товарного знака, при этом предшествующие мероприятия состоялись менее чем за год до него – за столь короткий период с даты начала осуществления лицом, подавшим возражение, своей деятельности до даты приоритета оспариваемого товарного знака возникновение устойчивых ассоциаций маловероятно также в силу неизвестности действительного охвата рекламных мероприятий форума. Следует отметить, что такие ассоциации российских потребителей могли быть продемонстрированы результатами социологических исследований, которые, однако, в материалы дела не представлялись.

Таким образом, довод возражения о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителей в заблуждение не доказан, как следствие, оснований для применения положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса в данном случае не усматривается.

Информация о взаимоотношениях сторон спора (аффилированных лиц), предшествующих подаче заявки на регистрацию товарного знака не может быть принята во внимание коллегией, поскольку в рамках административного рассмотрения спора добросовестность участников не оценивается.

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

удовлетворить возражение, поступившее 11.09.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 911259 недействительным в отношении товаров 16 класса МКТУ – «брошюры; буклеты; календари; открытки музыкальные; открытки поздравительные;

открытки почтовые; продукция печатная», услуг 35 класса МКТУ – «демонстрация товаров; исследования маркетинговые; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; публикация рекламных текстов; телемаркетинг», услуг 41 класса МКТУ – «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 невиртуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация костюмированных представлений для развлечений», услуг 45 класса МКТУ – «услуги клубов по организации встреч или знакомств».