

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее - Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 №56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003, рег. №4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 17.03.2020 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №684276, поданное Закрытым акционерным обществом работников «Народное предприятие Набережночелнинский картонно-бумажный комбинат им. С.П. Титова», г. Набережные Челны (далее – лицо, подавшее возражение; ЗАОр «НП НЧ КБК им С.П. Титова»), при этом установила следующее.



Оспариваемый товарный знак «» по заявке №2018706187 с приоритетом от 19.02.2018 зарегистрирован 26.11.2018 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №64276 на имя Общества с ограниченной ответственностью «Бумажная фабрика», 346800, Ростовская обл., Мясниковский район, с. Чалтырь, ул. Промзона (далее – правообладатель; ООО «Бумажная фабрика») в отношении товаров 16 класса МКТУ «бумага туалетная», информация о чем была опубликована в официальном бюллетене

«Товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров» №22 за 2018 год.

В поступившем возражении выражено мнение о том, что регистрация №684276 товарного знака произведена в нарушение требований, установленных положениями пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Основные доводы лица, подавшего возражение, сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак имитирует этикетку туалетной бумаги



«...», которая задолго до даты его приоритета на протяжении длительного периода времени использовалась ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова», приобрела известность и положительную репутацию, ассоциируется с деятельностью этого предприятия;

- активное использование данной этикетки туалетной бумаги ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» подтверждается прилагаемыми к настоящему возражению сертификатами соответствия, декларацией о соответствии, свидетельством о государственной регистрации Таможенного союза, заявлением-декларацией о безопасности товаров (работ, услуг) 1993 года, техническим описанием ТО 5471-2847-04777004-2006 с приложениями, копиями договоров поставки продукции («туалетная бумага») широкому кругу лиц в различные регионы России, накладными, копиями рекламно-выставочных договоров и материалов, Федеральными статистическими наблюдениями за 2011 - 2016 годы;

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №684276 и этикетка



«...» производят сходное общее зрительное впечатление за счет одинакового пространственного расположения словесных и изобразительных

элементов, сходного цветового решения и использования одного и того же оригинального шрифтового исполнения визуально доминирующих словесных элементов, сопоставляемые обозначения предназначены для использования в отношении одних и тех же товаров 16 класса МКТУ «туалетная бумага», следовательно, сходны до степени смешения;

- имеющиеся на этикетке лица, подавшего возражения, элемент «Primo» (в переводе с английского и итальянского языков означает «первая», «прима»), как и остальные элементы этикетки, носят явный описательный характер, выполнены мелким шрифтом, следовательно, при оценке сходства обозначений нецелесообразно принимать их во внимание;

- сходство до степени смешения этикеток туалетной бумаги лица, подавшего возражение, и правообладателя оспариваемого товарного знака подтверждается заключением специалиста - доктором юридических наук, профессором кафедры «Патентного права и правовой охраны средств индивидуализации» РГАИС - Орловой В.В.;

- более того, сам Роспатент делает вывод о наличии сходства до степени смешения между сравниваемыми обозначениями, поскольку оспариваемый товарный знак был противопоставлен в качестве сходного до степени смешения



заявленному на регистрацию обозначению «» по заявке №2019715164;

- фактически правообладатель использует оспариваемый товарный знак по свидетельству №684276 не в том виде, как он зарегистрирован, а с изменениями –



«», которые усиливают сходство с упаковкой туалетной бумаги, лица,



подавшего возражение – «  », при этом туалетная бумага относится к товарам широкого потребления, степень внимательности при выборе этого товара низкая, потому вероятность смешения сопоставляемых упаковок в гражданском обороте крайне велика;

- наличие фактического смешения сравниваемых объектов потребителями подтверждается заключением, подготовленным в 2019 году Лабораторией социологической экспертизы Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской Академии Наук, согласно которому подавляющее большинство потребителей (85%) отмечают, что на упаковке товара «Туалетная бумага Новинка из Чалтыря» используется такое же или похожее изображение, как на упаковке товара «Туалетная бумага из Набережных Челнов», а более половины респондентов (55%) полагают, что товары в тестируемых упаковках производятся либо одной и той же, либо разными, но связанными между собой компаниями;

- введение потребителей в заблуждение усматривается из полученных результатов еще одного социологического исследования, изложенного в Аналитическом отчете по итогам Всероссийского социологического опроса потребителей «Характер сравнительного восприятия этикетки туалетной бумаги из набережных челнов и товарного знака №684276 среди потребителей России», проведенном в 2019 году социологическим факультетом МГУ им. М.В. Ломоносова, согласно которому товарный знак по свидетельству №684276 для маркировки туалетной бумаги вводит более трети потребителей в заблуждение относительно ее производителя как на дату проведения опроса, так и на дату приоритета товарного знака;

- решением Управления Федеральной антимонопольной службы по Ростовской области (далее решение УФАС по Ростовской области) от 22.08.2019 №15582/04 был признан факт имитации владельцем оспариваемого товарного знака

упаковки лица, подавшего возражения, а также установлен факт недобросовестной конкуренции;

- таким образом, в оспариваемом товарном знаке имеет место имитация упаковки подателя возражения, в силу его регистрация оспариваемого товарного знака способна ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров;

- заинтересованность ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» в подаче настоящего возражения основывается на том, что на протяжении долгого времени до даты приоритета оно использовало этикетку, с которой оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения, вызывая не соответствующие действительности представления о производителе товара, из-за наличия такого фактического смешения в гражданском обороте лицо, подавшее возражение, может терять часть своих потребителей, а действия правообладателя по регистрации оспариваемого товарного знака представляет собой одно из проявлений недобросовестных действий, конечной целью которых является паразитирование на репутации продукции ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова».

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №684276 недействительным полностью.

Возражение содержит следующие документы:

- распечатка сведений из Реестра товарных знаков и знаков обслуживания РФ в отношении товарного знака № 684276 [1];

- копии сертификатов соответствия, декларации о соответствии, свидетельства о государственной регистрации Таможенного союза, заявления-декларации о безопасности товаров (работ, услуг) [2];

- копия договора №ТБ 2013/0170 от 27.11.2012, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Смальта 2010» [3];

- копия договора №ТЗ 2013/0310 от 07.12.2012, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Самара Парфюм» [4];

- копия договора №ТБ 2013/0337 от 07.12.2012, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Альт-текс» [5];
- копия договора №ТБ 2013/0339 от 07.12.2012, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ИП Хатюшиным В.Л. [6];
- копия договора №ТБ 2013/0528 от 15.12.2012, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Каскад-НВ» [7];
- копия договора №ТБ 2013/0385 от 21.12.2012, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ИП Хатюшиным Р.Д. [8];
- копия договора №ТБ 2013/0667 от 21.01.2013, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Аверс-Сервис» [9];
- копия договора №ТБ 2014/0297 от 14.12.2013, заключенный между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Самара Парфюм» [10];
- копия договора №ТБ 2014/0298 от 14.12.2013, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «ПКФ «Феникс» [11];
- копия договора №ТБ 2014/0300 от 14.12.2013, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Ал-Транс» [12];
- копия договора №ТБ 2014/0302 от 14.12.2013, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Аверс-Сервис» [13];
- копия договора №ТБ 2014/0399 от 21.12.2013, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ИП Хатюшиным Р.Д. [14];
- копия договора №ТБ 2014/0500 от 05.03.2014, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «МАРГУША» [15];
- копия договора №ТБ 2015/0434 от 13.12.2014, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Вымпел» [16];
- копия договора №ТБ 2015/0435 от 13.12.2014, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ИП Хатюшиным В.Л. [17];
- копия договора №ТБ 2015/0442 от 13.12.2014, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Самара Парфюм» [18];
- копия договора №ТБ 2015/0443 от 13.12.2014, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «ПКФ «Феникс» [19];

- копия договора №ТБ 2015/0436 от 13.12.2014, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ИП Хатюшиным Р.Д. [20];
- копия договора №ТБ 2015/0444 от 13.12.2014, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «БАСТИОН» [21];
- копия договора №ТБ 2015/0445 от 13.12.2014, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Восход» [22];
- копия договора №ТБ 2015/0446 от 13.12.2014, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Техком» [23];
- копия договора №ТБ 2015/0522 от 20.12.2014, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Волгоградский трейдер» [24];
- копия договора №ТБ 2016/0045 от 05.12.2015, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ИП Хатюшиным Р.Д. [25];
- копия договора №ТБ 2016/0046 от 05.12.2015, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Вымпел» [26];
- копия договора №ТБ 2016/0053 от 05.12.2015, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «ПКФ «Феникс» [27];
- копия договора №ТБ 2016/0692 от 01.11.2016, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Экобум» [28];
- копия договора №ТБ 2017/0038 от 14.11.2016, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ИП Хатюшиным Р.Д. [29];
- копия договора №ТБ 2017/0039 от 14.11.2016, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Вымпел» [30];
- копия договора №ТБ 2017/0040 от 14.11.2016, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Экобум» [31];
- копия договора №ТБ 2017/0041 от 14.11.2016, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ЗАО «Волгоградавторесурсы» [32];
- копия договора №ТБ 2017/0091 от 16.11.2016, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «ПКФ «Феникс» [33];
- копия договора №ТБ 2017/0092 от 16.11.2016, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Аверс-Сервис» [34];

- копия договора №ТБ 2017/0541 от 09.01.2017, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «ТРАНСКАРТОН» [35];

- копия договора №ТБ 2017/0712 от 30.08.2017, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «АП-Л-ТТИННП» [36];

- копия договора №01/15 от 02.02.2015 на изготовление рекламной продукции, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Сервис Плюс НЧ», с приложениями [37];

- копия договора №В-1 от 08.07.2015 на участи в международной выставке «Toilet & Cleaning Expo 2015», заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Союз архитекторов России» [38];

- копия договора №273/274 от 27.11.2015 на участие в специализированной выставке индустрии гостеприимства и общественного питания «Horeca Expo Ural», заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Союз архитекторов России» и ООО «ВК «Эксперт» [39];

- копия договора №00001093 на участие в Международной выставке оборудования и материалов для профессиональной уборки, санитарии, гигиены, химической чистки и стирки «CleanExpo Moscow 2016» от 31.05.2016, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «ПРИМЭКСПО» [40];

- копия договора №00002793 на участие в Международной выставке оборудования и материалов для профессиональной уборки, санитарии, гигиены, химической чистки и стирки «CleanExpo Moscow 2017» от 14.12.2016, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «АйТиИ Экспо» [41];

- копии фотографий с выставок [42];

- копии сертификатов участника выставок [43];

- копия договора №53 от 09.09.2015 на оказание услуг по изготовлению и монтажу рекламных конструкций, заключенного между ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «КАМТЕНТ - Набережные Челны», с приложением [44];

- копия заключения специалиста Орловой В.В. относительно степени сходства упаковок туалетной бумаги «Туалетная бумага из Набережных Челнов» и «Туалетная бумага Новинка из Чалтыря» [45];

- копия заключения, подготовленного в 2019 году Лабораторией социологической экспертизы Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской Академии Наук [46];

- копия аналитического отчета по итогам всероссийского социологического опроса потребителей «Характер сравнительного восприятия этикетки туалетной бумаги из Набережных Челнов и товарного знака по свидетельству №684276 среди потребителей России», подготовленного в 2019 году ООО «Аналитическая социология» при социологическом факультете МГУ им. М.В. Ломоносова [46];

- копия решения УФАС по Ростовской области от 22.08.2019 № 15582/04 с уведомлением о составлении протоколов об административном правонарушении [47];

- распечатки интернет-перевода по слову «primo» (<https://translate.yandex.ru>; <https://translate.academic.ru>) [48];

- копия ТО 5471-2847-04777004-2006 с Приложением А к ТО 5471-2847-04777004-2006 [49];

- копии статистических данных о выводе продукции (товаров) за период с 2011 по 2016 гг. [50];

- копии счетов-фактур и накладных [51];

- уведомление о результатах проверки соответствия заявленного обозначения по заявке №2019715164 требованиям законодательства от 25.10.2019 [52].

Правообладатель товарного знака по свидетельству №684276, ознакомленный в установленном порядке с возражением, на дату проведения заседания коллегии представил отзыв со следующими доводами в защиту правовой охраны товарного знака:

- ООО «Бумажная фабрика» является коммерческой организацией, с 1999 осуществляет деятельность, связанную с производством бумажных изделий хозяйственно-бытового и санитарно-гигиенического назначения, туалетной бумаги,

бумажных салфеток, бумажных полотенец и носовых платков, которые



маркируются товарными знаками «

KlematiS
«KlematiS»

» по свидетельству №395902, «

Тлаша»

» по свидетельству

№422279, «**AVILI**» по свидетельству №481263, «



№684276.

- при сопоставлении упаковки туалетной бумаги лица, подавшего возражение, и товарного знака правообладателя видно, что они незначительно похожи шрифтами и цветовым исполнением;

- названия продукции «Новинка из Чалтыря» и «Из Набережных Челнов» отличаются, указывают на разное место происхождения товаров;

- лицо, подавшее возражение, и правообладатель оспариваемого товарного знака использует на упаковках туалетной бумаги свои собственные товарные знаки



– «

- также на этикетке туалетной бумаги «Из Набережных Челнов» размещен уникальный штрих-код, ГОСТ, информация о производителе (ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова», г. Набережные Челны), информационные блоки на русском и татарском языках с характеристиками продукции, в то время как в состав оспариваемого товарного знака эти элементы не входят;

- выпускаемая лицом, подавшим возражение, и правообладателем продукция имеет низкую стоимость, для такой туалетной бумаги характерно использование сочетания красных/розовых и синих/голубых надписей/рисунков на белой/серой этикетке, при этом такая же цветовая гамма используется и другими производителями туалетной бумаги этого же ценового сегмента (СП ООО «ТИССЬЮ-БУМАГА», г. Краснодар; ООО «Триумф», г. Армавир; ООО «БФ

Софидэл», г. Боровичи; ИП Петроченков В.В., ст. Ленинградская, ЗАО МФ «Гермес», г. Армавир, ООО «Вершина», г. Ростов-на-Дону; ООО «Бумажная фабрика», г. Черкесск; ООО «Унипак – Сервис», г. Пенза; Предприятие «Интерпапер», г. Минск, Белоруссия; ПАО «Киевский КБК», г. Обухов, Украина).

- использование при изготовлении упаковки туалетной бумаги общедоступных шрифтов, цветовой гаммы не является исключительным правом ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова»;

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №684276 имеет ярко выраженные индивидуализирующие черты, отличающие данный товарный знак от этикетки туалетной бумаги производства ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова»;

- лицо, подавшее возражение, ошибочно заявляет, что ООО «Бумажная фабрика» выпускает продукцию под приведенной в возражении этикеткой



«
»;

- представленные лицом, подавшим возражения, заключение по результатам социологического исследования, экспертное заключение и решение УФАС по Ростовской области не могут рассматриваться в качестве доказательств, поскольку оспариваемый товарный знак по свидетельству №684274 не являлся объектом их анализа;

- таким образом, товарный знак по свидетельству №684274 никаким образом не имитирует этикетку туалетной бумаги производства ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и не способен ввести потребителей в заблуждение.

С учетом изложенного правообладатель, полагая, что регистрация товарного знака по свидетельству №684276 была произведена без нарушений законодательства, просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака.

В качестве иллюстрации приведенных в отзыве доводов, правообладателем представлены фотографии продукции ООО «Бумажная фабрика» и иных производителей [53].

Изучив материалы дела и заслушав представителей лица, подавшего возражение, и правообладателя, коллегия сочла доводы возражения убедительными.

С учетом даты приоритета оспариваемого товарного знака (19.02.2018) правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

Как следует из требований подпункта 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.

Исходя из пункта 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.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

Согласно пункту 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 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 №684276 с приоритетом от 19.02.2018 является комбинированным, представляет собой вертикально-ориентированную словесно-графическую композицию, в которой белый фон визуальнo разбит на три поля, по краям полей снизу вверх друг за другом проходят словесными элементами «Primo». На фоне каждого поля расположены словесные элементы «ТУАЛЕТНАЯ БУМАГА НОВИНКА ИЗ ЧАЛТЫРЯ» и словесный элемент «Primo» на фоне четырехугольника. Все словесные элементы выполнены оригинальным шрифтом буквами русского и латинского алфавитов. Товарный знак зарегистрирован в белом, темно-синем, синем, светло-синей, красном цветовом сочетании для товаров 16 класса МКТУ «бумага туалетная».

В соответствии с порядком оспаривания и признания недействительной предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

В этой связи следует констатировать, что материалы возражения свидетельствуют о том, что ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова», являясь производителем туалетной бумаги, задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака использует для сопровождения в гражданском обороте этой



продукции этикетку «». При этом, по мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак по свидетельству №684276 и указанная этикетка ассоциируются друг с другом, в силу чего возможно их смешение в

отношении идентичных товаров 16 класса МКТУ. Столкновение прав на данные средства индивидуализации в гражданском обороте способно ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров. Также из материалов возражения [52] усматривается, что ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» была подана заявка



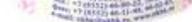
№2019715164 на регистрацию товарного знака «», которому был противопоставлен в качестве сходного до степени смешения оспариваемый товарный знак по свидетельству №684276.

Принимая во внимание наличие спора, касающегося столкновения прав на средства индивидуализации лица, подавшего возражение, и правообладателя оспариваемого товарного знака, можно сделать вывод о наличии заинтересованности ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №684276.

Вместе с тем по существу возражения необходимо указать следующее.

Как указано выше, ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» производит туалетную бумагу, для маркировки которой используется этикетка в белой, розовой и синей



цветовой гамме - «». Использование указанной этикетки подтверждается как сертификатами соответствия, так и товаросопроводительной документацией.

Так, на туалетную бумагу с приведенной выше маркировкой представлено техническое описание от 2006 года - ТО 5471-2847-04777004-2006 с Приложением А [49], в котором фигурирует непосредственно изображение этикетки. Ссылка на указанное ТО имеется в представленном сертификате соответствия №РОСС RU.АЯ02.Н18666 со сроком действия с 23.06.2000 по 30.05.2003 [2].

Лицом, подавшим возражение, представлены договоры на поставку туалетной бумаги [3] - [36] ряду предпринимателей из различных регионов России, начиная с

2012 года: ООО «Смальта 2010», Волгоградская обл., г. Волжский; ООО «Самара Парфюм», г. Самара; ООО «Альт-текс», Волгоградская обл., г. р.п. Городище; ИП Хатюшин В.Л., г. Волгоград; ООО «Каскад-НВ», г. Волгоград; ООО «Аверс-Сервис», г. Тольятти; ООО ПКФ «Феникс», г. Самара; ООО «Ал-Транс», г. Самара; ООО «МАРГУША», г. Пятигорск; ООО «Вымпел», Волгоградская обл., г. Волжский; ООО «БАСТИОН», г. Самара; ООО «Восход», г. Самара; ООО «Техком», г. Самара; ООО «Волгоградский трейдер», г. Волгоград; ООО «Экобум», Волгоградская обл., г. Волжский; ЗАО «Волгоградвторресурсы», г. Волгоград; ООО «ТРАНСКАРТОН», Волгоградская обл., г. Волжский; ООО «АП-Л-ТТИНП», Волгоградская обл., р.п. Средняя Ахтуба.

Поставки продукции подтверждаются статистическими данными за 2011-2016 годы [50] и большим количеством счетов-фактур и накладных [51], в которых имеется ссылка на ТО 5471-2847-04777004-2006, что позволяет соотнести их с продукцией под конкретным обозначением.

Для продвижения продукции лицо, подавшее возражение, осуществляло организацию рекламных кампаний, что подтверждается договорами от 2015 года [37], [44] на рекламное оформление автотранспорта с использованием изображения приведенной выше этикетки и наименования производителя - ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова», а также принимало участие в различных тематических выставках, что подтверждается документами [37] – [43].



Используемая лицом, подавшим возражение, этикетка «  » и



оспариваемый товарный знак «  » производят одинаковое общее зрительное впечатление за счет сходного пространственного расположения словесных и изобразительных элементов, сходного цветового решения (белый фон,

синий и розовый цвет исполнения элементов), идентичность оригинального шрифта при исполнении словесных элементов.

Следует отметить, что в составе оспариваемого товарного знака и



противопоставленной этикетки доминируют словесные части «



», акцентирующие на себе внимание в первую очередь. Словесные элементы выполнены одинаковым оригинальным авторским шрифтом (a_Bremen), при этом совпадает как количественное, так и пространственное расположение словесных элементов (на пяти строчках друг под другом), одинаковым является их цветовое исполнение (белый верх, синий низ). Указанная словесная часть сравниваемых обозначений характеризуется наличием трех совпадающих словесных элементов из пяти, при этом остальные два элемента начинаются с одних и тех же букв.

Кроме того, как в оспариваемом, так и в противопоставленном обозначениях, по бокам от указанных словесных элементов расположены выполненные в



одинаковой розовой цветовой гамме элементы «

Как справедливо указано в возражении, занимая в сравниваемых обозначениях доминирующее положение, словесные элементы «ТУАЛЕТНАЯ БУМАГА НОВИНКА ИЗ ЧАЛТЫРЯ» и «ТУАЛЕТНАЯ БУМАГА ИЗ НАБЕРЕЖНЫХ ЧЕЛНОВ», хотя и являются неохранными элементами, но влияют на общее впечатление, возникающее при восприятии обозначений. Они сходны между собой по графическому, фонетическому и смысловому признакам.

Что касается входящего в состав оспариваемого товарного знака элемента «Primo» на фоне четырехугольника и различных буквенных, цифровых и словесных элементов описательного характера в противопоставленной этикетке, то они

существенного влияния на восприятие сопоставляемых обозначений не оказывают, поскольку занимают периферийное положение.

Следует констатировать, что сопоставляемые обозначения предназначены для сопровождения в гражданском обороте идентичных товаров – туалетной бумаги, которая относится к товарам широкого потребления недорогой стоимости. Как справедливо отмечается в возражении, потребители товаров широкого потребления приобретают данные товары, как правило, от случая к случаю. Поэтому вероятность смешения в данной ситуации является более высокой.

Таким образом, из совокупности представленных документов, усматривается,



что туалетная бумага, сопровождаемая этикеткой «  », выпускаемая лицом, подавшим возражение, появилась в гражданском обороте задолго до даты



подачи заявки на оспариваемый товарный знак «  », предназначенной для маркировки идентичного товара, при этом сопоставляемые обозначения являются сходными до степени смешения.

Что касается приведенных правообладателем документов, касающихся наличия в гражданском обороте туалетной бумаги различных производителей с этикетками в сходной цветовой гамме и с использованием такого же шрифтового исполнения словесных элементов, то они не влияют на вывод о сходстве сопоставляемых оспариваемого товарного знака и этикетки лица, подавшего возражение. Кроме того, следует указать, что представленные фотографии продукции [53] не содержат выходных данных, их не представляется возможным соотнести с какой-либо датой, местом производства и реализации соответствующей продукции. Также отсутствуют сведения о характере восприятия потребителями туалетной бумаги, приведенной на этих фотографиях.

Необходимо отметить, что лицо, подавшее возражения, аргументируя свои доводы об ассоциировании сопоставляемых обозначений, ссылается на результаты исследования, приведенные в аналитическом отчете по итогам всероссийского социологического опроса потребителей «Характер сравнительного восприятия этикетки туалетной бумаги из Набережных Челнов и товарного знака по свидетельству №684276 среди потребителей России», подготовленного ООО «Аналитическая социология» при социологическом факультете МГУ им. М.В. Ломоносова в 2019 году [46]. Опрос проводился в 6 городах Российской Федерации (Москва, Санкт-Петербург, Волгоград, Самара, Саратов, Ульяновск) среди 1500 потребителей. Целью опроса являлось определение характера сравнительного



восприятия этикетки туалетной бумаги «  » и товарного знака



«  » по свидетельству №684276 с точки зрения наличия или отсутствия у них сходства и способности введения потребителей в заблуждение относительно производителя товаров, маркируемых этими обозначениями.

Согласно экспертным выводам, уровень известности этикетки туалетной бумаги из Набережных Челнов среди потребителей высокий (68% потребителей), этикетка стала известна 91,3% потребителям более года назад. При этом уровень известности товарного знака по свидетельству №684276 низкий (всего 11,4% потребителей), 81% знает его не более одного года.

Товарный знак по свидетельству №684276 ассоциируется у более трети потребителей (36,2%) с ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова». Если бы такой вопрос был задан до 19.02.2018г, ответы 90,7% потребителей остались бы неизменными.

Более 4/5 потребителей (83,3%) считают, что товарный знак по свидетельству №684276 сходен с этикеткой туалетной бумаги из Набережных Челнов в целом,

прежде всего за счет цветового оформления (51% потребителей), по смыслу (25,4%) и маркировки товара одной и той же серии (22,3%).

Товарный знак по свидетельству №684276 вводит в заблуждение почти 2/3 потребителей (60,4%) по поводу того, что маркируемые им товары производятся одной (связанной) компанией, что и товары под этикеткой туалетной бумаги из Набережных Челнов. Если бы вопрос был задан до 19.02.2018, ответы 90,3% потребителей остались бы неизменными.

Для более чем половины потребителей (57%) существует вероятность купить туалетную бумагу под товарным знаком по свидетельству №684276 в случае отсутствия в магазине туалетной бумаги из Набережных Челнов, т.к. они сочтут, что производитель один и тот же (связанные компании). Если бы вопрос был задан до 19.02.2018, ответы 92,4% потребителей остались бы неизменными.

Таким образом, в соответствии с экспертными выводами указанного социологического исследования [46], существует высокая вероятность введения потребителей в заблуждение в случае одновременного присутствия на рынке туалетной бумаги, маркированной сопоставляемыми товарным знаком ООО «Бумажная фабрика» и этикеткой ЗАО «НП НЧ КБК им. С.П. Титова».

Коллегия приняла к сведению прозвучавший довод правообладателя о том, что достоверность результатов представленного опроса общественного мнения [46] вызывает сомнения. При этом правообладатель не представил свое заключение, результаты которого опровергали бы данные и выводы опроса общественного мнения, подготовленного по заказу лица, подавшего возражение. Также в распоряжении коллегии не имеется каких-либо данных, которые бы дискредитировали ООО «Аналитическая социология» как организацию, специализирующуюся на подобных социологических исследованиях. Следовательно, у коллегии не имеется оснований сомневаться в результатах представленного социологического опроса [46].

Принимая во внимание совокупность приведенных выше обстоятельств, свидетельствующих об ассоциировании оспариваемого товарного знака и этикетки лица, подавшего возражение, друг с другом и вероятности ошибки потребителя при

приобретении продукции, для индивидуализации которой эти обозначения предназначены, усматривается возможность введения потребителя в заблуждение



относительно изготовителя товаров. При этом продукция «
производства ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» была известна потребителю задолго до подачи на регистрацию оспариваемого товарного знака.

Также необходимо указать, что коллегия приняла к сведению довод лица, подавшего возражения, о том, что в гражданском обороте правообладатель



использует принадлежащий ему товарный знак с изменениями - «
этом сохраняется наличие совпадающих доминирующих элементов композиции сравниваемых обозначений и их одинаковое сходное восприятие.

Сходство до степени смешения сравниваемых этикеток ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Бумажная фабрика» также установлено прилагаемым к возражению заключением специалиста [45].

Фактическое смешение сравниваемых объектов потребителями подтверждается заключением Лаборатории социологической экспертизы Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской Академии Наук [46]. В результате проведенного социологического исследования были сделаны выводы о том, что подавляющее большинство потребителей (85%) отмечают, что на упаковке туалетной бумаги ЗАОр «НП НЧ КБК им. С.П. Титова» и ООО «Бумажная фабрика» используется такое же или похожее изображение, а абсолютное большинство потребителей (68%) считают, что сопоставляемые этикетки принадлежат к линейке товаров одного производителя.

Также следует констатировать, что УФАС по Ростовской области признан факт имитации правообладателем оспариваемого товарного знака этикетки

туалетной бумаги лица, подавшего возражения, а также был сделан вывод о наличии в действиях ООО «Бумажная фабрика» признаков недобросовестной конкуренции при производстве и введении в гражданский оборот продукции под таким обозначением.

Таким образом, учитывая все вышеуказанные обстоятельства дела в совокупности, коллегия пришла к выводу об обоснованности доводов поступившего возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака по свидетельству №684276 требованиями пункта 3 статьи 183 Кодекса в отношении товаров 16 класса МКТУ «бумага туалетная».

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить возражение, поступившее 17.03.2020, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №684276 недействительным полностью».