

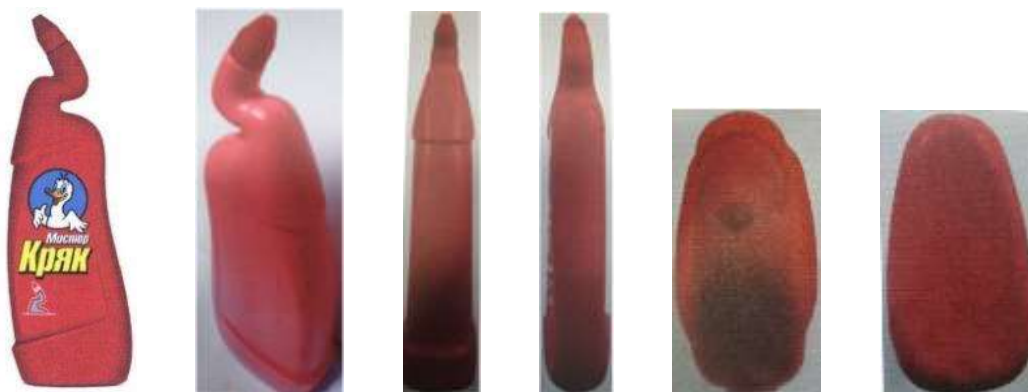
ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами 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 № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 09.06.2017 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 411753, поданное Дак Глобал Лайсензинг АГ, Швейцария (СН) (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Регистрация оспариваемого товарного знака с приоритетом от 04.12.2009 по заявке № 2009731310 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 23.06.2010 за № 411753. Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 03 и 05 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ). Правообладателем является Общество с ограниченной ответственностью «Авалон», Московская область (далее – правообладатель).

Согласно материалам заявки № 2009731310 оспариваемый товарный знак представляет собой емкость (флакон) красного цвета, лицевая часть которого содержит комбинированное обозначение, состоящее из изобразительного элемента в виде утки, размещенного в проеме в форме окружности, и расположенных под изобразительным словесных элементов «Мистер» и «Кряк», выполненных буквами

русского алфавита в две строки. Слово «Кряк» выполнено большим по размеру шрифтом. Под словами расположен изобразительный элемент в виде фрагмента верхней части бутылки с изогнутым горлышком и конусообразной крышкой. Товарный знак объемный, представлен в общем виде, а также в пяти дополнительных видах:



В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 09.06.2017, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 411753 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 (1) и 9 (1) статьи 1483 Кодекса.

Возражение основано на следующих доводах:

- лицо, подавшее возражение, является владельцем товарных знаков по свидетельствам №№ 295713, 438774, 438798, 98370, 99028, 440917, 156262, 247765, зарегистрированных, в частности, для товаров 03, 05, 21 классов МКТУ, а также знаков по международным регистрациям №№ 605012, 1245126, 1245127, 606719 (правовая охрана предоставлена знаку № 605012 для товаров: 03 – препараты, обладающие дезинфицирующими свойствами, для чистки туалетов; 05 – дезинфицирующие средства для санитарных целей, дезодоранты, за исключением предназначенных для личного пользования; знаку № 1245126 для товаров: 03 – препараты для чистки, полирования, обезжиривания и абразивной обработки; отбеливающие препараты и другие вещества для использования на тканях; мыло; моющие средства, кроме предназначенных для использования в производстве, в медицине; одноразовые салфетки, пропитанные химическими продуктами или соединениями для домашнего использования или для уборки; ткани, пропитанные

раствором или моющим средством для чистки; 05 – бактерицидные и дезинфицирующие продукты; дезинфицирующие средства для гигиены, освежители воздуха; 21 – домашняя или кухонная утварь и посуда (не из драгоценных металлов) для чистки, полирования, обезжиривания, отшлифовки и полировки; губки для домашнего использования; щетки (за исключением кистей); швабры; тряпки для уборки; знаку № 1245127 для товаров: 03 – препараты для чистки, полирования, обезжиривания и абразивной обработки; отбеливающие препараты и другие вещества для использования на тканях; мыло; моющие средства, кроме предназначенных для использования в производстве, в медицине; одноразовые салфетки, пропитанные химическими продуктами или соединениями для домашнего использования или для уборки; ткани, пропитанные раствором или моющим средством для чистки; 05 – бактерицидные и дезинфицирующие продукты; дезинфицирующие средства для гигиены, освежители воздуха; 21 – домашняя или кухонная утварь и посуда (не из драгоценных металлов) для чистки, полирования, обезжиривания, отшлифовки и полировки; губки для домашнего использования; щетки (за исключением кистей); швабры; тряпки для уборки; знаку № 606719 для товаров: 03 – препараты для чистки туалетов, содержащие дезинфицирующие вещества; 05 – дезинфицирующие средства, освежители воздуха);

- правовая охрана оспариваемому товарному знаку предоставлена в нарушение пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, поскольку он способен ввести потребителей в заблуждение в отношении изготовителя товаров и места производства, так как на дату подачи заявки № 2009731310 на российском рынке была известна и популярна продукция лица, подавшего возражение;

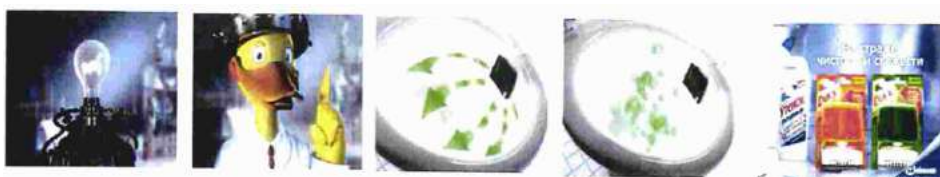
- принимая во внимание широкую распространенность и известность товаров лица, подавшего возражение, на российском рынке, потребители могут принять товары 03 класса МКТУ, маркированные оспариваемым обозначением, за товары, производимые лицом, подавшим возражение, или по его лицензии, что не соответствует действительности;

- товары, маркированные товарным знаком «Туалетный утенок» (моющие и дезинфицирующие средства), появились на российском рынке более 15 лет назад и сразу же приобрели популярность;

- в рекламных роликах продукции лица, подавшего возражение, используется анимационный персонаж утенка, а также изображение упаковки продукта, «скриншоты» из рекламных роликов:



ID 168653 (дата выхода рекламного ролика 18 октября 2000 г.);



ID 298316 (дата выхода рекламного ролика 19 августа 2002 г.);



ID 387326 (дата выхода рекламного ролика 1 октября 2003 г.);



ID 802038 (дата выхода рекламного ролика 18 сентября 2006 г.);

- изображение утенка, изобретенное и разработанное лицом, подавшим возражение, а также изображение емкости продукции «Туалетный утенок» впервые появились в рекламных роликах на российских телеканалах в августе 2002 года и в октябре 2000 года, соответственно, данные изображения активно использовались в рекламе и в последующие годы, в связи с чем можно сделать вывод о том, что вышеуказанные обозначения активно использовались для продвижения продукции лица, подавшего возражение, в течение более чем 7 и 9 лет до даты подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака, стали хорошо узнаваемы российскими потребителями и вызывают ассоциации исключительно с продукцией лица, подавшего возражение;

- на российском рынке образовалась целая серия товаров, маркируемых товарным знаком «Туалетный утенок», реализуемых в крупнейших розничных сетях по всей России, а также через Интернет-магазины;

- продукт «Туалетный утенок» приобрел широкую популярность на российском рынке: в сети Интернет содержится большое количество отзывов, рекомендаций, обсуждений продукта «Туалетный утенок»;

- за счет того, что оспариваемый товарный знак представляет собой емкость, дизайн (форма) которой практически полностью повторяет форму упаковки товаров лица, подавшего возражение, имеет изогнутое определенным образом горлышко емкости, напоминающее шею утки (и содержит дополнительный графический элемент в виде горлышка емкости), а также за счет наличия в оспариваемом обозначении словесного элемента «Кряк», оспариваемый товарный знак вызывает общие ассоциации с образом утенка, активно используемого лицом, подавшим возражение, при продвижении своей продукции «Туалетный утенок», риск введения потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров 03 и 05 классов МКТУ представляется более чем вероятным;

- учитывая, что товарные знаки «Туалетный утенок», «DUCK» (и другие вышеуказанные) представляют собой серию товарных знаков, у потребителей может сложиться впечатление, что оспариваемое обозначение является очередным товарным знаком лица, подавшего возражение;

- существует крайне высокий риск того, что потребители поневоле могут приобрести товары, произведенные правообладателем, полагая, что данные товары произведены лицом, подавшим возражение, или его родственными предприятиями;

- регистрация оспариваемого товарного знака произведена также в нарушение требований пункта 9 статьи 1483 Кодекса, поскольку образ утки, используемый

лицом, подавшим возражение, в рекламных роликах (





), впервые появившийся на российских телеканалах в 2002 году, является объектом авторских и имущественных прав, принадлежащих лицу, подавшему возражение;

- по утверждению самого правообладателя, принадлежащее ему объемное обозначение является сходным с обозначениями лица, подавшего возражение, что подтверждается поданным им обращением, касающимся регистрации на имя лица, подавшего возражение, обозначения по заявке № 2016733411;

- изображение утенка в оспариваемом товарном знаке является переработкой изобразительного элемента в виде утенка, являющегося объектом авторского права лица, подавшего возражение, воспроизводит известное российским потребителям обозначение, является нарушением исключительного права на произведение на основании положений пункта 1 статьи 1270 Кодекса;

- с целью выявления характера сравнительного восприятия потребителями Москвы обозначений со словесными элементами «Туалетный утенок» и «Мистер Кряк», использующихся для маркировки средств по уходу за туалетом, с точки зрения их сходства до степени смешения, группой ученых-социологов Социологического факультета МГУ им. Ломоносова под руководством зав. кафедрой методологии социологических исследований профессора Ю.П. Аверина в сентябре 2016 г. был проведен социологический опрос потребителей Москвы в возрасте от 18 лет и старше по специально разработанной анкете;

- по результатам социологического опроса были сделаны, в том числе, следующие выводы: форма бутылки продукции правообладателя ассоциируется абсолютным большинством потребителей (67,4 %) с упаковкой средств по уходу за туалетом «Туалетный утенок»; обозначение «Туалетный утенок», используемое для маркировки средств по уходу за туалетом, обладает очень высоким уровнем известности среди потребителей Москвы (96,9 %), обозначение со словесным элементом «Мистер Кряк», используемое для маркировки средств по уходу за туалетом, обладает низким уровнем известности среди потребителей Москвы

(37,2 %); почти все потребители (93,5 %) считают, что обозначение «Мистер Кряк» сходно с обозначением «Туалетный утенок».

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 411753 недействительным в отношении всех товаров 03 и 05 классов МКТУ.

К возражению приложены следующие материалы:

- (1) распечатки сведений о товарных знаках по свидетельствам №№ 295713, 438774, 438798, 98370, 99028, 440917, 156262, 247765 и знаках по международным регистрациям №№ 605012, 1245126, 1245127, 606719, принадлежащих лицу, подавшему возражение;
- (2) распечатка сведений о товарном знаке по свидетельству № 411753;
- (3) распечатки из сети Интернет, касающиеся товаров «Туалетный утенок» на российском рынке в 2003-2004 гг.;
- (4) письмо компании Mediascope и отчет «Мониторинг рекламной кампании на телевидении»;
- (5) копия публикации из Реестра продукции, прошедшей государственную регистрацию (Роспотребнадзор);
- (6) распечатки предложений Интернет-магазинов и результатов поиска в системах Яндекс и Google по запросу «Туалетный утенок купить»;
- (7) распечатки отзывов, касающихся товаров «Туалетный утенок»;
- (8) распечатка результатов поиска в системах Яндекс и Google по запросу «Туалетный утенок»;
- (9) копия обращения правообладателя, поданного в отношении заявки лица, подавшего возражение;
- (10) копия аналитического отчета по итогам социологического опроса потребителей Москвы «Характер сравнительного восприятия обозначений «Туалетный утенок» и «Мистер Кряк», использующихся для маркировки средств по уходу за туалетом».

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением, представил отзыв по его мотивам, доводы которого сводятся к следующему:

- в материалы дела не представлены доказательства введения в гражданский оборот на 04.12.2009 продукта «Туалетный утенок»;

- на упаковке продукта, который рекламировался лицом, подавшим возражение, до даты подачи заявки на товарный знак, не использовано сходных с оспариваемым товарным знаком обозначений;




- сравнение упаковки из рекламы и оспариваемого товарного знака показывает их несходство по фонетическому признаку (словесные элементы «Туалетный утенок активный» и «Мистер Кряк» не сходны), семантическому признаку (словосочетание «Мистер Кряк» является семантически неделимым, слово «Кряк» является многозначным) и графическому признаку (разная внешняя форма, расположение горловин и их форма, различное сочетание цветов, вид и характер обозначений);

- позиция об отсутствии графического сходства подтверждается наличием большого количества товарных знаков, охраняемых для товаров 03 класса МКТУ, в том числе чистящих и моющих средств, которые содержат изображения

водоплавающих птиц ( ,  ,  ,  ,  ,  ,  ,

 ,  ,  ,  – товарные знаки по свидетельству № 522774, по международным регистрациям №№ 893522, 903240, по свидетельствам №№ 423354, 334615, 172778, 560611, 605053, 452565, 223657,

200273; или, например, товарные знаки компании Дисней Энтерпрайзис, Инк.:

 ,  ,  – товарные знаки по свидетельствам №№ 274762, 314898, 274759, 515098);

- представленные с возражением материалы не доказывают наличие стойкой ассоциативной связи у потребителей между продукцией «Туалетный утенок» и ее производителем;

- представленный отчет по результатам социологического опроса не содержит ретроспективы, при этом потребителям не задавались вопросы, позволяющие установить, с каким именно производителем они ассоциируют продукцию «Туалетный утенок»;

- по результатам социологического опроса, проведенного в 2017 году по заказу ЗАО «СХЗ» (компания аффилированная с правообладателем оспариваемого товарного знака), «у большинства потребителей отсутствуют устойчивые ассоциации между линейкой чистящих средств «Туалетный утенок» и компанией-производителем, а также нет явных предпосылок к тому, чтобы у них сформировалось мнение об одной общей компании-производителе линеек тестируемых чистящих средств»;

- правообладатель использует оспариваемый товарный знак с 2008 года, упаковки продукции выглядят следующим образом:



- данная продукция в 2010 году была награждена золотым знаком качества на выставке-конкурсе «Всероссийская марка (III тысячелетие). Знак качества XXI века»;

- товарные знаки, на которые ссылается лицо, подавшее возражение, нельзя признать образующими серию;

- оспариваемый товарный знак зарегистрирован, в том числе, в отношении товаров: «препараты для отбеливания и прочие вещества для стирки; препараты для полирования, обезжиривания и абразивной обработки; мыла; парфюмерные изделия, эфирные масла, косметика, лосьоны для волос; абразивы; антинакипины бытовые;

антистатики бытовые; вода туалетная; жидкости для пола, предохраняющие от скольжения; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; красители для белья; красители для воды в туалете; препараты для гигиенических целей, относящиеся к категории парфюмерно-косметических; препараты для замачивания белья; препараты для чистки сточных труб; средства для выведения пятен; средства для чистки обуви; средства моющие [за исключением используемых для промышленных и медицинских целей]; средства обезжиривающие [за исключением используемых в промышленных целях]», в отношении которых лицо, подавшее возражение, не приводит доводов о том, каким образом оспариваемая регистрация может ввести в заблуждение потребителей;

- упаковка продукции, на которую ссылается лицо, подавшее возражение, появилась, по данным правообладателя, только в 2016 году;

- в материалы дела не представлены доказательства того, что лицо, подавшее возражение, является обладателем авторских прав на объект «образ анимированной утки» из рекламного ролика;

- ссылка лица, подавшего возражение, на обращение правообладателя, касающееся заявки № 2016733411, является некорректной, так как указанное обращение не содержит утверждений о сходстве упаковки продукции лица, подавшего возражение, и оспариваемого товарного знака.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения.

К отзыву приложены следующие материалы:

- (11) распечатки судебных решений и постановлений, касающихся дел №№ СИП-631/2014, СИП-634/2016, СИП-664/2016;
- (12) копия санитарно-эпидемиологического заключения от 19.02.2009;
- (13) распечатки из сети Интернет о продукции «Мистер Кряк»;
- (14) распечатки из сети Интернет о продукции «Туалетный Утенок»;
- (15) копия заключения № 192-2017 от 03.07.2017 по результатам социологического опроса, проведенного с 20.06.2017 по 29.06.2017 среди

совершеннолетних жителей Российской Федерации – потребителей моющих, чистящих средств для санузлов (03 класс МКТУ);

(16) распечатки из он-лайн словарей – значения слов «кряк» и «крякать».

В дополнении к возражению лицо, подавшее возражение, повторяет доводы о том, что продукция «Туалетный утенок» была широко известна российским потребителям в течение более 7 лет до даты подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака, указывая, что реклама товара является очевидным предложением его к продаже. Кроме того, лицо, подавшее возражение, отмечает, что при визуальном сравнении очевидно, что изображение утенка и бутылка в оспариваемом товарном знаке являются переработкой изображения утки и изображения упаковки продукции из рекламного ролика. Также в дополнении лицо, подавшее возражение, рассматривает социологический опрос и приводит новые материалы:

(17) копия рецензии, касающейся заключения по результатам социологического опроса, представленного правообладателем.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (04.12.2009) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 52, ст. 5497; 2008, № 27, ст. 3122, № 45, ст. 5147) и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента № 32 от 05.03.2003, зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный № 4322 (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 2.5.1 Правил к ложным или способным ввести в заблуждение потребителя 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.

Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 9 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные названию известного в Российской Федерации на дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или его фрагменту, без согласия правообладателя, если права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Согласно пункту 14.4.2 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением, если оно совпадает с ним во всех элементах.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 411753 представляет собой емкость (флакон) красного цвета, лицевая часть которого содержит комбинированное обозначение, состоящее из изобразительного элемента в виде утки, размещенного в проеме в форме окружности, и расположенных под изобразительным словесных элементов «Мистер» и «Кряк», выполненных буквами русского алфавита в две строки. Слово «Кряк» выполнено большим по размеру шрифтом. Под словами расположен изобразительный элемент в виде фрагмента верхней части бутылки с изогнутым горлышком и конусообразной крышкой. Цветовое сочетание: черный, белый, красный, темно-красный, желтый, темно-желтый, синий, бирюзовый. Правовая охрана товарного знака действует в отношении товаров 03 и 05 классов МКТУ, приведенных в перечне свидетельства.


Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 411753 оспаривается в связи с его несоответствием, по мнению лица, подавшего возражение, требованиям пунктов 3 (1) и 9 (1) статьи 1483 Кодекса.

Материалы возражения свидетельствуют о том, что лицо, его подавшее, является правообладателем товарных знаков, включающих словесный элемент «Туалетный утенок» и изобразительные элементы в виде утки/утиной головы, зарегистрированных, в том числе, в отношении товаров 03 и 05 классов МКТУ, а также состоит с правообладателем в спорных правоотношениях по поводу использования сторонами спора для индивидуализации своей продукции обозначений, включающих словесные элементы «утенок», «duck», «кряк» и/или изображения утки, в связи с чем коллегия усматривает заинтересованность в подаче возражения, предусмотренную пунктом 2 статьи 1513 Кодекса.

В отношении доводов возражения о несоответствии оспариваемой регистрации положениям пункта 9 статьи 1483 Кодекса коллегией установлено следующее.

Лицом, подавшим возражение, указано на наличие у него прав на изображение утенка, использующегося в рекламных роликах, касающихся продукции «Туалетный утенок», который выглядит следующим образом:



Сравнительный анализ изобразительного элемента в виде утенка, имеющегося в оспариваемом товарном знаке () и приведенного персонажа показал, что они не являются тождественными.

Сравниваемые изображения выглядят по-разному, производят разное впечатление, не воспринимаются как изображение одного и того же персонажа.

Утка из рекламных роликов представлена в образе «ниндзя», сражающегося за чистоту и гигиену, имеет контрастный «костюм» в виде черной ленты на голове и черного пояса. Контур персонажа выполнен «жесткими» линиями, клюв прямым и довольно длинным, а крылья вытянуты и похожи на руки. В свою очередь, утенок

в оспариваемом товарном знаке представлен иным образом: в качестве анимационного героя, машущего крыльями, клюв которого короче, имеет заметный изгиб и приоткрыт так, что производит впечатление улыбки.

Кроме того, с материалами возражения не представлено каких-либо документов, подтверждающих наличие у лица, подавшего возражение, имущественных прав в отношении указанного персонажа.

Согласно статье 1228 Кодекса автором результата интеллектуальной деятельности признается гражданин, творческим трудом которого создан такой результат.

По смыслу указанной нормы автором является какое-либо физическое лицо, которое приложило творческие усилия, связанные с созданием, в данном случае, персонажа. Переход имущественных прав на результат интеллектуальной деятельности юридическому лицу (компании Дак Глобал Лайсензинг АГ) может быть зафиксирован в соответствующем договоре, либо в материалах, свидетельствующих о создании произведения в результате соответствующего задания, которые позволили бы установить дату возникновения указанных имущественных прав у лица, подавшего возражение.

С учетом изложенного, коллегия не находит оснований для признания оспариваемого товарного знака несоответствующим требованиям пункта 9 (1) статьи 1483 Кодекса.

Доводы о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса в возражении обоснованы тем, что он по форме, словесному элементу и изображению утенка ассоциируется с упаковкой продукции лица, подавшего возражение, которая приобрела широкую известность в России до даты приоритета оспариваемого товарного знака (04.12.2009).

В связи с этим анализ соответствия товарного знака по свидетельству № 411753 пункту 3(1) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Само по себе оспариваемое обозначение не содержит сведений, позволяющих говорить о том, что оно вызывает ассоциации с лицом, подавшим возражение.

Однако, возникновение соответствующих ассоциаций у потребителей может быть основано на их предшествующем опыте: на покупках ранее указанных товаров, либо в случае известности о них из рекламы.

Согласно представленным с возражением материалам продукция лица, подавшего возражение, присутствовала на российском рынке, в предложениях к продаже до даты приоритета оспариваемого товарного знака.

Вместе с тем при восприятии оспариваемого обозначения не возникают ассоциации с продукцией лица, подавшего возражение, по следующим причинам.

Значимость положения элемента в комбинированном обозначении (к комбинированным обозначениям относятся комбинации элементов разного вида: изобразительных, словесных, объемных и т.д. – пункт 2.2 Правил) зависит, в том числе, от того, в какой степени элемент способствует осуществлению обозначением его основной функции – индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

При восприятии комбинированных обозначений внимание потребителей, как правило, акцентируется на словесном элементе, поскольку он легче запоминается. Емкость в оспариваемом товарном знаке служит фоном для изобразительных и словесных элементов знака, поэтому в данном случае, доминирующим является словесный элемент «Мистер Кряк».

Словосочетание «Туалетный утенок», размещенное на упаковке продукции, изображенной в рекламе, не ассоциируются с оспариваемым товарным знаком, включающим в качестве доминирующего словесный элемент «Мистер Кряк».

Изображение утенка в оспариваемом товарном знаке и персонаж в виде утки из рекламных роликов продукции лица, подавшего возражение, как установлено выше, производят разное впечатление, не воспринимаются как изображение одного и того же персонажа.

Доказательств того, что лицо, подавшее возражение, являлось единственным производителем товаров 03 и 05 классов МКТУ, использующим изогнутую форму горлышка бутылок, являющихся упаковками продукции, в дело также не представлено.

Что касается аналитического отчета по итогам социологического опроса (10), то он также не подтверждает довод возражения возникновении у потребителей при восприятии товарного знака по свидетельству № 411753 ассоциативной связи с продукцией лица, подавшего возражение.

Согласно анкете с вопросами и карточкам, которые демонстрировались респондентам, потребители сравнивали линейку продукции лица, подавшего



возражение (), с линейкой продукции правообладателя, упаковка которой хотя и содержит словесный элемент «Мистер Кряк», но существенно



отличается от оспариваемого товарного знака () по цвету, изображению утенка, расположению элементов упаковки.

Таким образом, результаты опроса не относятся к вопросу охраноспособности оспариваемого товарного знака.

Кроме того, опрос проведен в 2016 году среди потребителей Москвы, то есть только одного региона Российской Федерации, что не позволяет оценить восприятие оспариваемого товарного знака средним российским потребителем на дату его приоритета.

При этом, как следует из материалов (15), потребителю известна продукция как под маркой «Туалетный утенок», так под маркой «Мистер Кряк», которые сосуществовали на российском рынке длительное время, что, в совокупности с вышеизложенным, не позволяет прийти к выводу о наличии ассоциативной связи оспариваемого товарного знака с продукцией лица, подавшего возражение.

Таким образом, у коллегии нет оснований для признания оспариваемого товарного знака несоответствующим требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Что касается представленных лицом, подавшим возражение, дополнительных материалов (17), то согласно пункту 2.5 Правил ППС они являются материалами, изменяющими мотивы возражения (такие материалы могут быть оформлены в качестве самостоятельного возражения – абзац 4 пункта 2.5 Правил ППС), и не могут быть положены в основу выводов по итогам рассмотрения возражения. При этом анализ данных материалов показал, что они также не содержат сведений, которые свидетельствовали бы о возникновении у потребителей ассоциативной связи оспариваемого обозначения с продукцией лица, подавшего возражение. Вывод коллегии основан, прежде всего, на недоказанности материалами возражения доводов о несоответствии оспариваемой регистрации требованиям подпункта 1 пункта 3 и подпункта 1 пункта 9 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 09.06.2017, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 411753.