

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 12.02.2024, поданное компанией «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.», Италия (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны знаку по международной регистрации №1371521, при этом установила следующее.

1

Оспариваемому товарному знаку «**Sr 1**» по международной регистрации №1371521, зарегистрированному МБ ВОИС 15.02.2017 с конвенционным приоритетом от 23.09.2016, предоставлена правовая охрана на территории Российской Федерации в отношении товаров 03, 09, 14, 18, 25, 26 и услуг 35 классов МКТУ на имя компании «Sergio Rossi S.p.A.», Via Stradone, 600/602 I-47030 SAN MAURO PASCOLI, Италия (далее - правообладатель).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 12.02.2024 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду

того, что, по мнению лица его подавшего, указанная регистрация была произведена в нарушение требований пункта 3 и пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему.

«СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» является правообладателем товарного знака «SR» по международной регистрации №1187327 в Российской Федерации с приоритетом от 20.02.2013, дата международной регистрации - 05.08.2013 в 03, 08, 09, 14, 16, 18, 20, 21, 25, 34, 35 классах МКТУ, а также товарного знака «SR» по свидетельству №619763 в РФ в 03, 08, 09, 16, 18, 20, 21, 25, 28, 34, 35 классах МКТУ с датой приоритета от 18.02.2016, дата регистрации - 13.06.2017.

По мнению правообладателя, товарные знаки «SR» по международной регистрации №1187327, «SR» по свидетельству №619763 «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» и товарный знак «sr1» по международной регистрации №1371521 являются сходными до степени смешения, а товары и услуги 03, 09, 14, 18, 25, 26, 35 классов МКТУ - однородными.

Сравниваемые обозначения производят общее сходное впечатление при визуальном и фонетическом восприятии.

STEFANO RICCI - дизайнер модной одежды, основатель и президент компании «Stefano Ricci S.p.a.». Первая коллекция Stefano Ricci была впервые официально представлена в 1972 году, бренд «Stefano Ricci» является одним из самых почитаемых в мире высокой мужской моды, в России продукция компании также реализуется в фирменных салонах Stefano Ricci (Тверская улица, 1 и Кутузовский проспект, 2/1, стр. 1).

По мнению правообладателя, товарный знак «sr1» по международной регистрации №1371521 способен ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя в отношении указанных товаров и услуг.

С учетом тождества элементов «sr» и однородности товаров и услуг вероятность смешения товарных знаков в гражданском обороте и введения потребителей в заблуждение относительно производителя достаточно высока.

На основании вышеизложенного, лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны на территории Российской Федерации знаку по международной регистрации №1371521 недействительным полностью.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Информация о товарном знаке «sr1» по международной регистрации №1371521,

2. Информация о товарном знаке «SR» по международной регистрации №1187327,

3. Информация о товарном знаке SR» по свидетельству №619763,

4. Информация о компании доверителя, производимой продукции, об использовании товарного знака в России и за рубежом

Правообладатель 09.08.2024 представил отзыв по мотивам возражения, доводы которого сводятся к следующему.

- Роспатент квалифицировал спорный товарный знак именно как обозначение, состоящее из букв или комбинации букв и цифр,

- только за счет оригинальной графической проработки согласных букв «SR», благодаря которой они утратили свой буквенный/словесный характер и перешли в разряд изобразительных элементов, а также дополнительной графики, противопоставляемые товарные знаки были зарегистрированы, что подтверждается отсутствием предварительных отказов в регистрации знаков «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» по пункту 1 статьи 1483 Кодекса,

- охрана товарным знакам предоставлена за счет оригинальной графики, вместе с тем она не порождает для «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» исключительного права на буквы «SR» и «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» не может претендовать на монопольное использование согласных букв «SR», а также запрещать их использовать другим лицам,

- сравниваемые обозначения относятся к разным категориям обозначений, спорный товарный знак состоит только из буквенных элементов и цифры, он визуально воспринимается как слово и имеет определенное произношение -

[эсэруан], а товарные знаки «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» относятся к категории изобразительных за счет отсутствия у буквенных элементов «S» и «R» словесного характера по причине их глубокой графической проработки,

- спорный товарный знак и товарные знаки «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» выполнены в абсолютно разной графической манере и производят совершенно разное общее впечатление,

- товары 09 класса «cases for telephones; carriers adapted for mobile phones; cases adapted for computers; cases for tablet computers; cases for smartphones; cases for mp3 players; cases for electronic diaries; covers for digital media players» (чехлы для телефонов; носители, адаптированные для мобильных телефонов; чехлы, адаптированные для компьютеров; чехлы для планшетных компьютеров; чехлы для смартфонов; чехлы для mp3-плееров; чехлы для электронных дневников; чехлы для цифровых медиаплееров) не однородны с товарами 09 класса «Eyeglasses, spectacle frames eyeglass cases» (очки, оправы для очков, футляры для очков), указанными в регистрациях «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.»,

- «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» и правообладатель «Sergio Rossi S.p.A.» специализируются в разных сегментах модной индустрии, с одной стороны это товары для мужчин, с другой – использование преимущественно в отношении женской обуви,

- к изделиям класса «люкс» потребители внимательно подходят к выбору, их покупки не относятся к разряду спонтанных,

- Серджо Росси - итальянский дизайнер, которого в Италии называли королем обуви, основал свой бренд «Sergio Rossi» в 1951 году, изделия можно приобрести и в России (ЦУМ, Крокус Сити и т.д.),

- спорный товарный знак способен порождать в сознании потребителей представление только об одном конкретном лице, а именно: Sergio Rossi, а не о Stefano Ricci, и соответственно, риск смешения и введения потребителей в заблуждение отсутствует,

- сам по себе факт использования товарных знаков «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» до даты приоритета спорного товарного знака не свидетельствует о

возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товаров/поставщика услуг,

- «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» не может быть признано заинтересованным лицом, поскольку один лишь факт наличия более ранних регистраций товарных знаков не может являться достаточным основанием для принятия решения о заинтересованности, также не представлено каких-либо доказательств наличия фактов столкновения интересов, которые бы могли повлечь негативные последствия для лица, подавшего возражение,

- «Stefano Ricci S.p.A.» является правообладателем, в том числе, товарного знака «SR» по международной регистрации №1544425, экспертиза не сочла его сходным до степени смешения с более ранними товарными знаками правообладателя «Sergio Rossi S.p.A.»

- компания «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» атаковала по неиспользованию



правовую охрану старшего товарного знака «» по международной регистрации №625950, принадлежащего компании «Sergio Rossi S.p.A.» (судебное дело № СИП-663/2020),

- Суд по интеллектуальным правам сделал однозначный вывод о том, что сходство знаков не обусловлено элементами «S» и «R»,

- стороны спора в процессе мирного урегулирования, иницииированного ответчиком, пытались максимально уйти от риска смешения товарных знаков потребителем и договориться об использовании истцом в товарных знаках заглавных букв «SR», а ответчиком - строчных букв «sr»,

- правообладатель приводит список зарегистрированных на территории России существующих товарных знаков с элементом «SR» на имя различных компаний для различных товаров/услуг.

На основании вышеизложенного правообладатель просит сохранить действие спорного товарного знака по международной регистрации №1371521 в полном объеме.

К отзыву приложены следующие материалы:

5. Статьи, обзоры, презентации от 2019, 2024, история бренда, описание коллекций,

6. Счета и декларации на товары, ввезенные на территорию России, за период с 2017 по 2024 год,

7. Контракт №21/04 и заказ №2018-3-SR-199, дополнительное соглашение №1 и копия соглашения о франчайзинге.

В ответ на представленный отзыв правообладателя лицо, подавшее возражение, в корреспонденции от 16.09.2024, 28.10.2024 представило следующие письменные пояснения:

- Постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-663/2020 от 07.04.2023 установлено, что элементы «S» и «R» в товарных знаках по международным регистрациям №1187327, №1544425 и по свидетельству РФ №619763 не дискламированы,

- при сравнении товарных знаков возможно сделать вывод о высокой степени сходства и элементов «S» и «R», и сравниваемых средств индивидуализации в целом,

- ранее Sergio Rossi специализировался на женской обуви: экстравагантных туфлях, босоножках и женских кроссовках, в настоящее время «Sergio Rossi S.P.A.» производит и продает мужскую обувь,

- тот факт, что сторонами в результате многолетних неоднократных споров и переговоров не было достигнуто соглашение об использовании Стефано Риччи обозначений с заглавными латинскими буквами «SR», а Серджио Росси - строчными «sr», как раз свидетельствует о том, что стороны признают наличие риска смешения обозначений в сознании потребителя,

- «Stefano Ricci S.p.A.», обладая правами на более ранние регистрации сходных до степени смешения товарных знаков, определенно имеет фактический интерес в прекращении правовой охраны товарного знака по международной регистрации №1371521,

- компанией «Sergio Rossi S.P.A.» не представлено доказательств, что умысел «Stefano Ricci S.p.A.» направлен на заведомо недобросовестное осуществление прав,

а единственной его целью было причинение вреда иностранному лицу «Sergio Rossi S.P.A.»,

- ссылки «Sergio Rossi S.P.A» на данное дело по досрочному прекращению правовой охраны товарного знака «SR» по международной регистрации №625950 находятся за пределами предмета данного спора, поскольку по делу оценивались обстоятельства, не имеющие отношение к оценке охранныспособности товарного знака по международной регистрации №1371521.

В дополнение к ранее представленным документам лицом, подавшим возражение, материалы дела были дополнены следующими документами:

8. Копия решения суда первой инстанции по делу СИП- 663/2020 от 15.11.2022,

9. Копия постановления президиума СИП от 07.04.2023,

10. Копия определения Верховного Суда Российской Федерации от 26.07.2023 об отказе в передаче кассационной жалобы (представления) для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии ВС РФ,

11. Материалы с сайтов «Sergio Rossi S.P.A.» <https://www.sergiorossi.com>, ЦУМ www.tsum.ru,

12. Лицензионные договоры,

13. Информация о поданных компанией «Sergio Rossi S.p.A.» возражениях,

14. Каталог Юношеский «Осень-зима 2017-2018»,

15. Каталог «Stefano Ricci «Осень-зима 2017-2018»,

16. Распечатка страниц официального сайта Stefano Ricci,

17. Справка о регистрации доменного имени,

18. Копии счетов,

19. Фотографии магазина STEFANO RICCI,

20. Фотографии товаров.

С учетом дополнительно представленных лицом, подавшим возражение, материалов, правообладатель в корреспонденции от 05.11.2024 представил следующие пояснения к ранее направленному отзыву:

- представленные подателем возражения дополнительные материалы не подтверждают реализацию товаров «STEFANO RICCI S.p.A.» (каталоги выполнены на иностранном языке, не доказано его присутствие на территории Российской Федерации, каталог не подтверждает реализацию товаров на территории Российской Федерации),

- распечатка страниц официального сайта выполнена 23.09.2022, то есть после даты конвенционного приоритета спорного товарного знака (23.09.2016),

- справка о регистрации доменного имени, фотографии магазина, фотографии товара не содержат указания на дату,

- часть представленных счетов относятся к периоду времени позже даты конвенционного приоритета спорного товарного знака (23.09.2016),

- контракт №1 с ООО «ACA», а также «EXCELISIOR FASHION GROUP LLC», ООО «Меркури Мода» относится к периоду времени позже даты конвенционного приоритета спорного товарного знака (23.09.2016),

- контракт с ООО «Ника-Трейд» относится к периоду времени ранее даты регистрации товарных знаков «STEFANO RICCI S.p.A.», однако не содержит доказательства исполнения контракта, а также не подтверждает ввоз и реализацию товаров «STEFANO RICCI S.p.A.» на территории Российской Федерации,

- Суд подтвердил, что товарные знаки компании «Sergio Rossi S.p.A.» не представляют собой подделку и не препятствуют использованию товарных знаков «STEFANO RICCI S.p.A.».

В дополнение к ранее представленным документам были приложены следующие материалы:

21. Копия решения Суда Милана от 10.05.2021 (с переводом на русский язык).

Лицом, подавшим возражение, в корреспонденции от 19.12.2024 были представлены следующие дополнения:

- Второй апелляционной коллегией Ведомства по интеллектуальной собственности Европейского союза принято решение аннулировать товарный знак ЕС «srl» №15 861 248 для всех заявленных товаров 03, 09, 14, 18, 25, 26 классов МКТУ, за исключением следующих товаров 25 класс МКТУ: «подошвы для обуви,

каблуки для обуви», и всех услуг 35 класса МКТУ, за исключением следующих услуг 35 класса МКТУ: «услуги по розничной, оптовой и онлайн-продаже подошв для обуви, каблуков для обуви»,

- решения суда Европейского союза от 16.10.2024, в соответствии с которым принято решение отклонить иск «SERGIO ROSSI S.p.A.» об аннулировании решения Второй апелляционной коллегии Ведомства по интеллектуальной собственности Европейского союза от 02.05.2023.

В подтверждение были представлены следующие документы:

22. Копия решения Второй апелляционной коллегии Ведомства по интеллектуальной собственности Европейского союза от 02.05.2023 (с переводом на русский язык,

23. Копия решения суда Европейского союза от 16.10.2024 (с переводом на русский язык).

Кроме того, лицом, подавшим возражение, доводы возражения в корреспонденции от 20.02.2025, 17.04.2025 были дополнены следующими документами:

24. Отчет лаборатории социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН №29-2025 от 12.02.2025 (пилотажное исследование),

25. Справка к ЭЦП,

26. Заключение лаборатории социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН №74-2025 от 09.04.2025,

27. Справка к ЭЦП,

28. Копии из журнала «DEPARTURES» (апрель-май 2011),

29. Копии из журнала «DEPARTURES» (2012),

30. Копии из журнала «DEPARTURES» (2013),

31. Копии из журнала «ELITE» (май-июнь 2007),

32. Копии из журнала «FORBES» (октябрь 2016),

33. Копии из журнала «ForbesLife» (2018),

34. Копии из журнала «RobbReport» (апрель 2013),

35. Копии из журнала «Как потратить» (октябрь 2013),

36. Копии из журнала «Как потратить» (2013),
37. Каталог STEFANO RICCI S.p.A. (осень-зима 2012-2013),
38. Каталог STEFANO RICCI S.p.A (январь 2014),
39. Каталог STEFANO RICCI S.p.A (весна-лето 2011).

Изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в заседании, коллегия установила следующее.

С учетом даты (23.09.2016) конвенционного приоритета знака по международной регистрации №1371521 правовая база для оценки охноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (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.

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

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в

Российской Федерации в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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 пунктом 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 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.

Необходимо отметить, что 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.

Исходя из имеющихся в деле доводов компания «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» обладает исключительным правом на товарные знаки по международной регистрации №1187327, а также свидетельству №619763, которые, по мнению лица, подавшего возражение, сходны до степени смешения с оспариваемым товарным знаком.

Кроме того, коллегия отметила наличие споров между компаниями «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» и «SERGIO ROSSI S.p.A.» как на территории Российской Федерации, так и на территории Италии (Приложение 8-9, 13, 21-23).

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод о наличии заинтересованности компании «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по международной регистрации №1371521.

Мотивы возражения основаны на том, что оспариваемый товарный знак по международной регистрации №1371521 не соответствует требованиям подпункта 1 пункта 3 и пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех товаров 03, 09, 14, 18, 25, 26 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне международной регистрации.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

1

Оспариваемый товарный знак «**SR 1**» по международной регистрации №1371521 представляет собой обозначение, состоящее из букв «SR», выполненных строчными буквами латинского алфавита, и простой цифры «1». Правовая охрана товарному знаку по международной регистрации №1389933 предоставлена в отношении товаров 03, 09, 14, 18, 25, 26 и услуг 35 классов МКТУ.

Противопоставляемые товарные знаки представляют собой товарный знак [1]



«**SR**» по международной регистрации №1187327 (конвенционный приоритет от 20.02.2013), правовая охрана предоставлена в отношении товаров и услуг 03, 08, 09,



14, 16, 18, 20, 21, 25, 34, 35 классов МКТУ, и товарный знак [2] «**SR**» по свидетельству №619763 (приоритет от 18.02.2016), правовая охрана предоставлена в отношении товаров и услуг 03, 08, 09, 16, 18, 20, 21, 25, 28, 34, 35 классов МКТУ.

Противопоставляемый товарный знак [1] представляет собой монограмму из латинских букв «S», «R» черного цвета, выполненных с наложением друг на друга, в противопоставляемом товарном знаке [2] указанная монограмма вписана в центр восьмиугольника, включающего различные орнаменты.

В товарном знаке [1], несмотря на графическое расположение, буквы «S», «R», составляющие монограмму, тем не менее отчетливо прочитываются. Наличие дополнительных графических элементов в товарном знаке [2] также не ведет к утрате восприятия монограммы, как состоящей из наложенных друг на друга букв «S», «R», расположенных в центре знака.

В этой связи входящие в состав оспариваемого и противопоставляемых товарных знаков [1, 2] буквенные элементы с точки зрения фонетического критерия сходства полностью совпадают, образуя при произношении тождественный фонетический звук [ЭС - ЭР].

Таким образом, сравниваемые элементы сходны по фонетическому признаку ввиду совпадения звукосочетаний «SR», входящих в состав оспариваемого и противопоставляемых товарных знаков [1, 2].

Несмотря на то что в оспариваемом товарном знаке буквы «SR» выполнены без какой-либо графической проработки, а в противопоставляемых товарных знаках [1, 2] буквы «SR» заключены в монограмму в виде наложения букв друг на друга, с точки зрения визуального восприятия сравниваемые элементы «SR» имеют близкие контуры и очертания в общем композиционном построении знаков, что, таким образом, создает сходное зрительное впечатление от сравниваемых обозначений.

Кроме того, фактором, усиливающим визуальное сходство знаков, является, в том числе, единое цветовое решение сопоставляемых знаков, а именно: использование черного цвета, которым выполнены сравниваемые буквенные элементы, а также использование букв латинского алфавита, при этом некоторые отличия в шрифтовом написании не приводят к отсутствию ассоциирования сопоставляемых элементов друг с другом.

Следует отметить, что содержащаяся в оспариваемом знаке простая цифра «1», занимающая обособленное положение в знаке, не придает какого-либо существенного отличия оспариваемому товарному знаку по отношению к противопоставляемым знакам [1, 2], которое могло бы повлиять на общее восприятие сопоставляемых знаков. В рассматриваемом случае определяющим фактором является наличие фонетического и визуального сходства доминирующего элемента «SR» с противопоставляемыми товарными знаками [1-2].

Полисемичность обозначения «SR» в качестве аббревиатуры не позволяет определить его однозначное семантическое значение, что позволяет сделать вывод об отсутствии семантического сходства.

Таким образом, сопоставляемые обозначения являются сходными за счет установленного сходства составляющих их элементов.

Анализ однородности оспариваемых товаров и услуг 03, 09, 14, 18, 25, 26, 35 классов МКТУ и товаров и услуг 03, 09, 14, 18, 25, 35 классов МКТУ, указанных в перечне противопоставляемых товарных знаков [1, 2], показал следующее.

При определении вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегии надлежит руководствоваться требованиями пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ №10 от 23.04.2019 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее Постановление Пленума ВС РФ), согласно которому вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Правовая охрана оспариваемому товарному знаку по международной регистрации №1371521 предоставлена в отношении следующих товаров и услуг:

03 - мыло; парфюмерия; ароматизированные соли для ванн; эфирные масла; лосьоны для ухода за волосами; средства по уходу за волосами; косметика для волос; ароматизированная вода для белья; ароматические саше; благовония; средства для ароматизации воздуха; попурри [ароматы]) (*Soaps; perfumery; scented bathing salts; essential oils; hair care lotions; hair care preparation; cosmetics for the use on the hair; scented linen water; fragance sachets; joss sticks; air fragrancing preparations; potpourris [fragrances]*),

09 – очки [оптика]; солнцезащитные очки; оправы для очков; цепочки для пенсне; спортивные очки; футляры для очков; чехлы для солнцезащитных очков; чехлы для телефонов; чехлы, адаптированные для мобильных телефонов; чехлы, адаптированные для компьютеров; чехлы для планшетных компьютеров; чехлы для смартфонов; чехлы для mp3-плееров; чехлы для электронных ежедневников; чехлы для цифровых медиаплееров (*Spectacles [optics]; sunglasses; spectacle frames; pince-nez chains; sports glasses; spectacle cases; covers for sunglasses; cases for telephones; carriers adapted for mobile phones; cases adapted for computers; cases for tablet computers; cases for smartphones; cases for mp3 players; cases for electronic diaries; covers for digital media players*),

14 – ювелирные изделия; запонки; зажимы для галстука; приборы для измерения времени; запонки; украшения для шляп из драгоценных металлов; украшения для обуви из драгоценных металлов; украшения для одежды из драгоценных металлов (*Jewels; cuff links; tie bars; time instruments; cuff links; hat ornaments of precious metal; shoe ornaments of precious metal; clothing ornaments of precious metals*),

18 - сундуки [багаж]; дорожные чехлы для одежды; дамские сумки; портфели; дорожный багаж; сумки для покупок; портфели для школьных учебников; ключницы; зонты; трости; кошельки; кошельки; ключницы из кожи и шкур; переноски для младенцев; футляры для переноски платьев, рубашек и одежды; визитницы; кредитницы (*Trunks [luggage]; travel garment covers; handbags; portfolio cases; travel baggage; shopping bags; school book bags; keycases; umbrellas; walking sticks; wallets; purses; key-cases of leather and skins; pouch baby carriers; cases for transporting dresses, shirts and clothing; business card cases; credit-card holders*),

25 – обувь; каблуки; подошвы для обуви; стельки; стельки для обуви; мюли; поясные ремни; одежда, а именно: шейные платки, галстуки, рубашки, блузки, шляпы, майки, свитера, толстовки, береты, купальные костюмы, футболки, джемперы (пуловеры), водонепроницаемая одежда, юбки, куртки (одежда), брюки, перчатки, чулки, носки, колготки (*Footwear; heels; shoe soles; insoles; insoles for footwear; mules; waist belts; clothing, namely neckerchiefs, ties, shirts, blouses, hats, jerseys, sweaters, sweatshirts, berets, swimming costumes, t-shirts, jumpers (pullovers), waterproof clothing, skirts, jackets (clothing), trousers, gloves, stockings, socks, tights*),

26 - пряжки для обуви; металлические застежки для обуви; украшения для обуви, не из драгоценных металлов; крючки для обуви; кнопки-гвоздики [застежки] для обуви; вышитые шнурки (*Shoe buckles; metal fasteners for footwear; shoe ornaments, not of precious metal; shoe hooks; stud buttons [fasteners] for shoes; embroidery laces*),

35 - розничная, оптовая и онлайн-продажа мыла, парфюмерии, ароматизированных солей для ванн, эфирных масел, лосьонов для волос, средств по уходу за волосами, косметики для волос, ароматизированной воды для белья,

ароматизированных саше, благовоний, средств для ароматизации воздуха, попурри, очков (оптики), солнцезащитных очков, оправ для очков, цепочек для очков, очков для спорта, футляров для очков, футляров для солнцезащитных очков, футляров для телефонов, футляров для мобильных телефонов, футляров для компьютеров, футляров для планшетов, футляров для смартфонов, футляров для mp3-плееров, футляров для электронных ежедневников, футляров для цифровых медиаплееров, ювелирных изделий, запонок, зажимов для галстука, часов, пуговиц для манжет, украшений для волос из драгоценных металлов, украшений для обуви из драгоценных металлов, украшений для одежды из драгоценных металлов, сундуков и дорожных сумок, прогулочных сумок, бумажников, дорожных сумок, сумок для покупок, школьных ранцев, ключниц, зонтов, тростей, карманных кошельков, портмоне, кошельков, чековых книжек держатели, держатели документов, брелоки из кожи, сумки-кенгуру для младенцев, футляры для переноски платьев, рубашек и одежды, визитницы, футляры для кредитных карт, обувь, каблуки для обуви, подошвы для обуви, стельки, стельки для обуви, тапочки, ремни, одежда, а именно шейные платки, галстуки, рубашки, блузки, шляпы, майки, свитера, толстовки, береты, купальные костюмы, футболки, джемперы (пуловеры), непромокаемая одежда, юбки, куртки (одежда), брюки, перчатки, чулки, носки, колготки, пряжки для обуви, застежки из металла для обуви, украшения для обуви, не из драгоценных металлов, крючки для обуви, кнопки-гвоздики (застежки) для обуви, вышитое кружево) (*Retailing, wholesaling and online sale of soaps, perfumery, scented bath salts, essential oils, hair lotions, hair preparations, hair cosmetics, scented water for linen, perfumed sachets, joss sticks, air fragrancing preparations, potpourris, spectacles (optics), sunglasses, spectacle frames, spectacle chains, goggles for sports, spectacle cases, cases for sunglasses, cases for telephones, cases for mobile telephones, cases designed for computers, cases for tablets, smartphone cases, cases for mp3 players, cases for electronic agendas, cases for digital media players, jewellery, cuff links, tie clips, clocks and watches, buttons for cuffs, hair ornaments of precious metal, shoe ornaments of precious metal, ornaments for clothing of precious metal, trunks and travelling bags, walking bags, notecases, travel bags, shopping bags, school satchels, key cases,*

umbrellas, walking sticks, pocket wallets, purses, cheque book holders, document holders, key rings of leather, pouch baby carriers, cases for transporting dresses, shirts and clothing, business card holders, credit card cases, footwear, heels for footwear, soles for footwear, inner soles, insoles for footwear, slippers, belts, clothing, namely neckerchiefs, ties, shirts, blouses, hats, jerseys, sweaters, sweatshirts, berets, swimming costumes, t-shirts, jumpers (pullovers), waterproof clothing, skirts, jackets (clothing), trousers, gloves, stockings, socks, tights, shoe buckles, clasps of metal for footwear, shoe ornaments, not of precious metal, shoe hooks, stud buttons (fasteners) for shoes, embroidered lace).

Правовая охрана противопоставляемым товарным знакам [1-2] предоставлена в отношении, в том числе, следующих товаров и услуг 03, 09, 14, 18, 25, 35 классов МКТУ:

[1] 03 - мыло, мыло для бритья, лосьоны после бритья, косметические средства для ванн, шампуни, парфюмерная продукция, туалетная вода, эфирные масла, ароматизаторы, лосьоны для волос, бальзамы (кроме медицинских), зубные пасты, косметика (*Savons, savons à barbe, lotions après-rasage, préparations cosmétiques pour le bain, shampooings, produits de parfumerie, eaux de toilette, huiles essentielles, arômes, lotions capillaires, baumes autres qu'à usage médical, dentifrices, cosmétiques*),

09 - очки, оправы для очков, футляры для очков (*Lunettes, montures de lunettes, étuis à lunettes*),

14 - драгоценные металлы и их сплавы и изделия из этих материалов или покрытые ими, не относящиеся к другим классам; ювелирные изделия, драгоценные камни; часовые и хронометрические приборы (*Métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué, non compris dans d'autres classes; articles de bijouterie, pierres précieuses; instruments horlogers et chronométriques*),

18 - ключницы (изделия из кожи), трости, трости для зонтов, дорожные сундуки, сумка, дорожные сумки (из кожи), вожжи, футляры для карт (кошельки), портфели (изделия из кожи), чехлы из кожи (меха), портфели, шкуры животных, кошельки, кошельки; чемоданы, портфели для документов, рюкзаки; седельные изделия, недоуздки, хомуты, попоны, седла для лошадей, подковы (*Étuis pour clés*

(articles de maroquinerie), cannes de marche, cannes de parapluies, coffres de voyage, sac, sacs de voyage (en cuir), rênes, étuis porte-cartes (portefeuilles), serviettes (articles de maroquinerie), couvertures en peaux (fourrures), serviettes, peaux d'animaux, portefeuilles, porte-monnaie; valises, mallettes pour documents, sacs à dos; articles de sellerie, licous, colliers de chevaux, couvertures de chevaux, selles pour chevaux, fers à cheval),

25 - одежда, костюмы, халаты, купальники, плавки, пляжная одежда, береты, боди, нижнее белье, блузки, подтяжки, обувь, спортивная обувь, чулки, носки, халаты, рубашки, шляпы, пальто, ремни (одежда), приданое, галстуки, галстуки-бабочки (галстуки), нагрудные платки, шарфы (одежда), пояса, шарфы-смокинги, пальто, куртки, пальто, перчатки (одежда), плащи, кожаная одежда, джерси, водолазки, свитера, пуловеры, накидки, брюки, тапочки, мантильи, меха (одежда), чулочно-носочные изделия, пижамы, сандалии, обувь, платки, ботильоны, ботинки, футболки (*Vêtements, costumes, peignoirs de bain, maillots de bain, caleçons de bain, vêtements de plage, bérrets, lingerie de corps, sous-vêtements, chemisiers, bretelles, articles chaussants, articles chaussants de sport, bas, chaussettes, robes de chambre, chemises, chapeaux, pardessus, ceintures (vêtements), layettes, cravates, noeuds papillon (cravates), pochettes, foulards (articles d'habillement), écharpes, écharpes pour smokings, manteaux, vareuses, grands manteaux, gants (vêtements), manteaux de pluie, vêtements en cuir, maillots, pull-overs à col polo, chandails, pull-overs, pèlerines, pantalons, pantoufles, pelisses, fourrures (vêtements), articles de bonneterie, pyjamas, sandales, chaussures, fichus, bottines, bottes, tee-shirts*),

35 - реклама; управление бизнесом; деловое администрирование; офисные функции; услуги по группировке различных товаров, что позволяет покупателям просматривать и приобретать их; услуги по розничной торговле, в том числе третьим лицам, парфюмерной продукцией, косметикой, очками, осветительным оборудованием, транспортными средствами, лодками, самолетами, ювелирными изделиями, часами и хронометрическими приборами, канцелярскими товарами, печатной продукцией, изделиями из кожи, зонтами, мебелью, зеркалами, рамами, произведениями искусства, товарами для дома, изделиями из стекла, фарфора и

фаянса, одеждой, обувью, винами, дистиллятами, курительными принадлежностями (*Publicité; gestion d'affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; services de regroupement de divers articles permettant ainsi à une clientèle de les voir et de les acheter; services de vente au détail, également pour des tiers, de produits de parfumerie, cosmétiques, lunettes, appareils d'éclairage, véhicules, embarcations, aéronefs, joaillerie, horlogerie et instruments chronométriques, articles de papeterie, produits de l'imprimerie, articles de maroquinerie, parapluies, meubles, miroirs, cadres, objets d'art, produits à usage domestique, verrerie, porcelaine et faïence, articles d'habillement, articles chaussants, vins, distillats, articles pour fumeurs*),

[2] 03 - мыла; мыла для бритья; лосьоны после бритья; косметические средства для ванны; шампуни; изделия парфюмерные; вода туалетная; масла эфирные; ароматизаторы [эфирные масла]; лосьоны для волос; бальзамы, за исключением предназначенных для медицинских целей; пасты зубные; порошки зубные; средства косметические,

09 - очки, оправы для очков, футляры для очков,

18 - футляры для ключей [изделия из кожи], трости, трости для зонтов, сундуки дорожные, сумки, саквояжи из кожи, вожжи, визитницы [картодержатели], визитницы [бумажники], портфели [кожгалантерея], покрывала [меха], портфели, шкуры животных, бумажники, кошельки, портмоне; чемоданы плоские, чемоданы плоские для документов, сумки спортивные; рюкзаки; изделия ширные; недоуздки для лошадей, хомуты для лошадей, попоны для лошадей, седла для лошадей, подковы,

25 - бриджи, брюки-галифе для верховой езды; одежда для верховой езды, за исключением головных уборов; кальсоны для гольфа; рубашки для гольфа; куртки для верховой езды; одежда для гольфа; одежда для тенниса; брюки для гольфа; кепки, шапки для гольфа; куртки для езды на мотоцикле; одежда для верховой езды и игры в поло; одежда; костюмы, банные, купальные халаты, купальные костюмы; плавки; береты; белье нижнее; блузы; подтяжки; обувь; спортивная обувь; чулки; халаты; рубашки; шляпы, пальто; пояса [одежда]; приданое для новорожденного [одежда]; галстуки; галстуки-банты с широкими концами, галстуки-бабочки;

платочки для нагрудных карманов; платки шейные; шарфы; шарфы для смокингов; пальто; куртки из шерстяной материи [одежда]; мужские пальто; перчатки [одежда]; плащи непромокаемые; одежда кожаная; изделия спортивные трикотажные; свитера с закрытым высоким воротником; свитера; пуловеры; пелерины; брюки; туфли комнатные; шубы; меха [одежда]; пижамы; сандалии; туфли; костюмы пляжные; ботинки; сапоги; футболки; пальто для верховой езды,

35 - сбор для третьих лиц различных товаров (не подразумевая их транспортировку) и размещение товаров для удобства изучения и приобретения потребителями; реклама, включая продвижение товаров и услуг для третьих лиц посредством спонсорства и лицензионных договоров в отношении международных спортивных событий; организация мероприятий, выставок, ярмарок и зрелищных мероприятий, шоу в коммерческих и рекламных целях; офисная служба; административная деятельность в сфере бизнеса; менеджмент в сфере бизнеса; организация выставок и мероприятий в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение торговых ярмарок и выставок в коммерческих или рекламных целях; розничная продажа парфюмерных изделий, косметических средств, очков, осветительных приборов, транспортных средств, морских судов, самолетов, ювелирных изделий, часов и прочих хронометрических приборов, канцелярских товаров, печатной продукции, изделий из кожи, зонтов, мебели, зеркал, рам для картин, художественных изделий, бытовых товаров, изделий из стекла, фарфора и фаянса, одежды, обуви, вин, напитков, полученных перегонкой, курительных принадлежностей; розничная продажа белья для домашнего хозяйства и постельного белья.

Товары 03 класса МКТУ, указанные в перечне оспариваемого товарного знака, являются однородными товарами 03 класса МКТУ противопоставляемых товарных знаков [1, 2], так как представляют собой товары одних и тех же родовых групп (изделия косметические, гигиенические, изделия парфюмированные), назначения (бытовое использование) и свойств, имеют один круг потребителей, одни каналы реализации (розничные магазины, маркетплейсы).

Испрашиваемые товары 09 класса МКТУ «очки [оптика]; солнцезащитные очки; оправы для очков; цепочки для пенсне; спортивные очки; футляры для очков; чехлы для солнцезащитных очков» (*Spectacles [optics]; sunglasses; spectacle frames; pince-nez chains; sports glasses; spectacle cases; covers for sunglasses*) и товары 09 класса МКТУ противопоставляемых товарных знаков [1, 2] признаны однородными, поскольку относятся к одной категории товаров - «изделия оптические, аксессуары», имеют одно назначение и круг потребителей, а также общие условия реализации. Испрашиваемые товары 09 класса МКТУ «чехлы для телефонов; чехлы, адаптированные для мобильных телефонов; чехлы, адаптированные для компьютеров; чехлы для планшетных компьютеров; чехлы для смартфонов; чехлы для mp3-плееров; чехлы для электронных ежедневников; чехлы для цифровых медиаплееров» коллегия соотносит с товарами 18 класса «чехлы из кожи (меха)» (*couvertures en peaux (fourrures)*), «покрываала (меха)» противопоставляемых товарных знаков [1, 2], поскольку сравниваемые позиции относятся к товарам, связанным с защитной функцией от внешних воздействий, в этой связи указанные товары могут иметь одно назначение (с целью защиты, продления срока использования), круг потребителей, включая общие условия реализации (магазины, маркетплейсы, розничные отделы).

Испрашиваемые товары 14 класса МКТУ и товары 14 класса МКТУ противопоставляемого товарного знака [1] признаны однородными, поскольку относятся к одной категории товаров - «изделия ювелирные, украшения различного вида, приборы для отсчета времени», имеют одно назначение и круг потребителей, а также общие условия реализации.

Испрашиваемые товары 18 класса МКТУ и товары 18 класса МКТУ противопоставляемых товарных знаков [1, 2] признаны однородными, поскольку относятся к одной категории товаров - «изделия для хранения и переноски, зонты, изделия вспомогательные для передвижения», имеют одно назначение и круг потребителей, а также общие условия реализации.

Испрашиваемые товары 25 класса МКТУ и товары 25 класса МКТУ противопоставляемых товарных знаков [1, 2] признаны однородными, поскольку

относятся к одной категории товаров - «одежда, обувь, головные уборы», имеют одно назначение и круг потребителей, а также общие условия реализации.

Испрашиваемые товары 26 класса МКТУ являются сопутствующими или комплектующими товарам категории «обувь», относящихся к 25 классу МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2]. Товары 26 класса (пряжки, застежки, украшения шнурки для обуви и т.д.) непосредственно связаны с производством обуви, могут реализовываться совместно, в связи с чем признаются коллегией однородными.

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ и услуги 35 класса МКТУ противопоставляемых товарных знаков [1, 2] признаны однородными, поскольку относятся к одной категории товаров - «услуги по продвижению товаров», имеют одно назначение и круг потребителей, а также общие условия оказания. В этой связи коллегия отметила уточнение указанной позиции в перечне услуг 35 класса МКТУ оспариваемого и противопоставляемых товарных знаков [1, 2] единой категорией товаров 03, 09, 14, 18, 25 классов МКТУ.

Учитывая установленное сходство оспариваемого и противопоставляемых товарных знаков [1], [2], а также установленную однородность сопоставляемых товаров и услуг 03, 09, 14, 18, 25, 26, 35 классов МКТУ, коллегия приходит к выводу о вероятности смешения сопоставляемых товарных знаков в торговом обороте в отношении всех оспариваемых товаров и услуг 03, 09, 14, 18, 25, 26, 35 классов МКТУ.

Кроме того, коллегией учтены представленные лицом, подавшим возражение, сведения о присутствии его товаров на российском рынке (Приложение 4), а также наличии серии товарных знаков [1-2] (в том числе, упоминаемый лицом, подавшим возражение, товарный знак по международной регистрации №1544425 [3], с приоритетом более поздним по отношению к оспариваемому товарному знаку), включающих обозначения «SR», что само по себе усиливает вероятность смешения оспариваемого товарного знака с противопоставляемыми товарными знаками [1-2].

В этой связи коллегией было принято во внимание представленное лицом, подавшим возражение, социологическое исследование (Приложение 26, 27),

проведенное в период с 12.03.2025 по 09.04.2025. Результаты представленного лицом, подавшим возражение, социологического исследования (страницы 39-42), включая выводы, связанные с датой 23.09.2016, указывают на наличие социологических признаков сходства до степени смешения между оспариваемым товарным знаком и противопоставляемыми товарными знаками [1-2], а также опасности введения потребителей в заблуждение относительно производителя.

В настоящее время значительная часть потребителей полагают, что



1

обозначения «**R**» (51%), «**R**» (44%) и обозначение «**Sr 1**» принадлежат одной или разным, но связанными между собой компаниями, 50% и 42%



соответственно на дату 23.09.2016. Обозначения «**R**» (57%), «**R**» (42%) и



1

обозначение «**Sr 1**» ассоциируются друг с другом по совокупности признаков (внешнему виду, смыслу и звучанию), 58% и 45% соответственно на дату 23.09.2016.

Потребители полагают, что в настоящее время товары под обозначениями



1

«**R**» (51%), «**R**» (45%) и обозначением «**Sr 1**» производятся одной или разными, но связанными между собой компаниями, что не соответствует действительности, 49%, 42% соответственно на дату 23.09.2016.

В этой связи коллегия отметила, что доля выбравших варианты, указывающие на наличие смешения, превышает пороговое значение в 20%.

Согласно Постановлению Президиума ВАС РФ от 18.07.2006г. N3691/06, при оценке угрозы смешения схожих обозначений данными, подтверждающими наличие такого смешения, могут быть результаты, полученные в результате проведения социологического опроса, если как минимум 20% опрошенных потребителей не могут однозначно отличить сравниваемые обозначения, так как такой процент

расценивается как внушительный и оказывающий влияние на продвижение товаров в определенном сегменте рынка.

Таким образом, представленный социологический опрос подтверждает опасность смешения сопоставляемых товарных знаков.

Следует отметить, что результаты социологического опроса, по сути это субъективное мнение выборочной категории лиц, являются лишь дополнительным инструментом и не могут учитываться в качестве единственного вывода.

Таким образом, товарный знак по международной регистрации №1371521 не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, ввиду наличия более ранних прав на сходные до степени смешения товарные знаки по международной регистрации №1187327, а также свидетельству №619763 в отношении однородных товаров и услуг 03, 09, 14, 18, 25, 26, 35 классов МКТУ.

Что касается доводов возражения о несоответствии товарного знака по международной регистрации №1389933 требованиям, предусмотренным подпунктом 1 пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, то коллегия отмечает следующее.

Необходимо отметить, что вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным производителем товаров на основании имеющегося опыта.

Для вывода о возникновении указанной ассоциации, связанной с иным производителем товара, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение у потребителей стойкой ассоциативной связи между товаром и его производителем.

Способность обозначения вводить потребителя в заблуждение не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и изготовителе.

Анализ представленных с возражением материалов показал следующее.

Представленные материалы (Приложение 4, 14-17, 19, 20, 28-39) касаются сведений о деятельности лица, подавшего возражение, компании «СТЕФАНО

РИЧЧИ С.п.А.». В свою очередь правообладателем в подтверждение ведения своей деятельности были также представлены статьи, обзоры, счета, декларации (Приложение 5-7).

Приложение 4, 14-17, 19, 20, 28-39 содержит обзор выпускаемой компанией «СТЕФАНО РИЧЧИ С.п.А.» продукции, моделях и т.д., однако данные сведения относятся к информации общего характера о компании. Обзор каталогов, журналов носит исключительно демонстрационный характер. Представленные фотографии товаров (Приложение 20) не содержат дат, ввиду чего их невозможно соотнести с исследуемым периодом.

Представленное лицом, подавшим возражение, социологическое исследование (Приложение 26, 27), проведенное в период с 12.03.2025 по 09.04.2025, содержит выводы, связанные, в том числе, с датой 23.09.2016, и на сегодняшний день, указывает на наличие социологических признаков опасности введения потребителей в заблуждение относительно производителя.

Вместе с тем наличие социологического опроса не может быть единственным и достаточным доказательством, свидетельствующим о введении потребителей в заблуждение относительно производителя.

В этой связи коллегией был проведен анализ представленных лицом, подавшим возражение, лицензионных договоров, счетов (Приложение 12, 18).

Следует отметить, что представленные счета, датированные 06.03.2020, 23.03.2020, 26.03.2018, 23.03.2018, 12.04.2018, относятся к периоду времени позже даты конвенционного приоритета спорного товарного знака (23.09.2016), ввиду чего не могут быть приняты во внимание.

Представленные счета, датированные 09.02.2015, не содержат подтверждения ввоза и реализации товаров «STEFANO RICCI S.p.A.» на территории Российской Федерации.

Контракты с ООО «ACA» от 16.12.2016, а также «EXCELISIOR FASHION GROUP LLC» от 23.04.2018, ООО «Меркури Мода» от 17.05.2022 относятся к периоду времени позже даты конвенционного приоритета спорного товарного знака (23.09.2016), ввиду чего не могут быть приняты во внимание.

Контракт ООО «Ника-Трейд» от 10.09.2012 не содержит доказательства исполнения контракта, а также не подтверждает ввоз и реализацию товаров «STEFANO RICCI S.p.A.» на территорию Российской Федерации.

Таким образом, в представленных документах отсутствуют сведения, подтверждающие объемы продаж товаров «STEFANO RICCI S.p.A.» на территории Российской Федерации, а также отсутствуют документы, подтверждающие реализацию продукции конечным покупателям.

Таким образом, представленные материалы не доказывают, что при восприятии оспариваемого товарного знака у российского потребителя возникает устойчивая ассоциативная связь между оспариваемым товарным знаком и лицом, подавшим возражение.

Исходя из изложенного у коллегии отсутствуют основания для признания оспариваемого товарного знака не соответствующим требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 12.02.2024, признать предоставление правовой охраны знаку по международной регистрации №1371521 на территории Российской Федерации недействительным полностью.