

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**коллегии по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454, рассмотрела поступившее 01.12.2022 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 841987, поданное Акционерным обществом «ДИАЛ Инжиниринг», Московская область, г. Лосино-Петровский (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Регистрация товарного знака «**ПРОГРЕСЛЮК**» с приоритетом от 02.08.2021 по заявке № 2021748261 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 08.12.2021 за № 841987. Товарный знак зарегистрирован на имя Общества с ограниченной ответственностью «Делор-Экспо», Москва (далее – правообладатель), в отношении товаров *«средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей»* 03 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).



В возражении, поступившем 01.12.2022, и дополнениях к нему, поступивших 19.01.2023 и 01.06.2023, выражено мнение АО «ДИАЛ Инжиниринг» о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 841987 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 (1) и 6 (2) статьи 1483 Кодекса, а также не

соответствует положениям законодательства о недобросовестной конкуренции и злоупотреблении правом.

Возражение и дополнения основаны на доводах о том, что оспариваемый товарный знак нарушает исключительные права лица, подавшего возражение, на серию товарных знаков со словесным элементом «ПРОГРЕСС»/ «PROGRESS» по свидетельствам №№ 250678, 696212, 805743, 805744, 402418.

Лицо, подавшее возражение, сообщает, что на его имя зарегистрированы такие товарные знаки как «Прогресс», «Золушка», «МЕГА», «Русские травы», «Зодиак», «Таежный», которые используются им в составе группы компаний и приобрели известность и узнаваемость среди потребителей на территории России и в странах ближнего зарубежья.

По мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с товарными знаками «ПРОГРЕСС  
PROGRESS»,

«», «», «», «ПРОГРЕССОР» по свидетельствам №№ 250678, 696212, 805743, 805744, 402418, зарегистрированными с более ранними датами приоритета в отношении однородных товаров, а также вводит потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров.

Указанная позиция лица, подавшего возражение, была отражена в обращении, представленном в Роспатент в период экспертизы заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака, однако не была принята во внимание, что выразилось в регистрации оспариваемого товарного знака на имя правообладателя – стороны судебного спора по делу № А40-135162/2021, в рамках которого было установлено, что ООО «Делор-Экспо» использовало обозначения, сходные до

степени смешения с товарными знаками «ПРОГРЕСС  
PROGRESS», «» по

свидетельствам №№ 250678, 696212 при производстве и введении в хозяйственный оборот на территории Российской Федерации моющих средств.

По мнению лица, подавшего возражение, регистрация оспариваемого товарного знака является злоупотреблением правом и направлена на уход от ответственности за незаконное использование упомянутых товарных знаков АО «ДИАЛ Инжиниринг».

Лицом, подавшим возражение, обращено внимание на то, что в оспариваемом товарном знаке «ПРОГРЕСЛЮК» выделяются части «ПРОГРЕС-» и «-ЛЮК», которые не образуют обозначение с новым смыслом, при этом первая часть «ПРОГРЕС-» обуславливает фонетическое, смысловое и графическое сходство оспариваемого и противопоставленных товарных знаков.

Лицо, подавшее возражение, привело правоприменительную практику, относящуюся к оценке сходства товарных знаков (акты Суда по интеллектуальным правам по делу № СИП-321/2022 и по делу № СИП-221/2022).

Также лицо, подавшее возражение, приводит довод об однородности оспариваемых товаров *«средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей»* товарам, указанным в перечнях противопоставленных регистраций.

Кроме того, в возражении отмечается, что товарные знаки «ПРОГРЕСС», «PROGRESS», «ПРОГРЕСС ЛЮКС» являются широко известными среди потребителей моющих средств в качестве средств индивидуализации лица, подавшего возражение, что подтверждается результатами проведенных в 2018, 2020 и 2022 годах социологических исследований.

Также обратившимся с возражением лицом поясняется, что результаты исследования 2020 года содержали техническую ошибку, вследствие чего 01.06.2023 представлены соответствующие пояснения исследовательской организации. Одновременно исследование, проведенное в 2022 году, показывает, что более чем у половины опрошенных обозначение <sup>ПРОГРЕСС</sup> «PROGRESS» ассоциируется со средством маркировки универсального моющего средства.

Лицо, подавшее возражение, сообщает о производстве и реализации за период 2013 – 2021 гг. более 23 млн. единиц моющих средств, маркируемых обозначением «ПРОГРЕСС», а также о многочисленных судебных разбирательствах (упомянуты дела №№ А40-63559/09-67-502, А55-19828/2018, А32-14129/2019, А53-917/2019, А53-30307/19, А68-7060/2019, А73-7624/2019, А53-30149/2019, А53-40615/19, А40-175672/2020, А40-135162/21), относящихся к нарушению прав лица, подавшего возражение, на товарные знаки «ПРОГРЕСС» / «PROGRESS».

Согласно доводам возражения, потребители, увидев на упаковке товаров обозначение «ПРОГРЕСЛЮК», могут воспринять такой товар как товар лица, подавшего возражение, а правообладателя оспариваемого товарного знака как компанию, связанную с лицом, подавшим возражение, что вызовет смешение между компаниями и их товарами и предоставит ООО «Делор-Экспо» возможность извлекать выгоду из известности продукции лица, подавшего возражение, что, в свою очередь, может быть квалифицировано как злоупотребление правом или акт недобросовестной конкуренции.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 841987 недействительным.

Лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

(1) Выписки из ЕГРЮЛ в отношении АО «ДИАЛ Инжиниринг», ООО «АМС Кемикал», ООО «АМС Медиа».

(2) Отчет «BRAND VISION», 2018 г.

(3) Аналитический отчет «Характер восприятия индивидуализирующей  
ПРОГРЕСС  
способности товарного знака «PROGRESS» потребителями России», 2020 г.

(4) Справка об объемах продаж и выручки.

(5) Решение Арбитражного суда города Москвы по делу № А40-135162/2021.

(6) Пояснительная записка к Аналитическому отчету 2020 г.

(7) Аналитический отчет по итогам всероссийского социологического опроса «Характер восприятия словесного обозначения «<sup>ПРОГРЕСС</sup>PROGRESS» потребителями России, 2022 г.

Правообладатель, в установленном порядке ознакомленный с поступившим возражением и дополнениями к нему, представил отзыв по мотивам возражения, в котором выразил свое несогласие с его доводами.

Правообладатель полагает, что оспариваемый товарный знак не является сходным до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам №№ 250678, 696212, 805743, 805744, 402418, поскольку имеются фонетические, смысловые и визуальные отличия товарных знаков, обусловленные разным количеством букв / звуков, разным ударением, отсутствием слова «ПРОГРЕСЛЮК» в русском языке и невозможностью его признания производным от слова «ПРОГРЕСС» или результатом соединения частей «ПРОГРЕС-» и «-ЛЮК», а также разным общим зрительным впечатлением от знаков.

При этом в отзыве обращено внимание на то, что часть «ЛЮК» не является неохраняемым словом применительно к товарам оспариваемого перечня, она несет равную с частью «ПРОГРЕС» индивидуализирующую нагрузку.

Также правообладатель отмечает, что приведенные результаты опросов не являются обоснованными и бесспорными доказательствами незаконности регистрации оспариваемого товарного знака, поскольку реальное восприятие потребителями сравниваемых обозначений могло быть подвергнуто искажению. В частности, в отзыве отмечается, что при проведении социологических исследований, результаты которых представлены лицом, подавшим возражение, использованы наводящие вопросы и принцип последовательности, согласно которому люди готовы изменить свои установки, мнения, оценки и поступки ради того, чтобы они согласовывались между собой, что повлияло на достоверность репрезентативности полученных данных.

Кроме того, правообладатель отметил недостаточность выборки для исследований мнения среднего российского потребителя, отсутствие опросных

листов и иные недочеты, что явилось основанием для выражения сомнений в достоверности результатов опросов респондентов.

Дополнительно правообладатель отметил, что доводы лица, подавшего возражение, о наличии судебного спора между сторонами и о возможности квалификации действий правообладателя в качестве злоупотребления правом не относятся к компетенции Роспатента, вследствие чего важным является то, что суд запретил использовать лишь обозначения «Прогресс», «Прогрес», «Progress», в то время как судебный акт по делу № А40-135162/2021 не касался оспариваемого товарного знака.

На основании изложенного правообладатель просил отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 841987.

Корреспонденцией, поступившей 12.07.2023, правообладатель представил дополнение к отзыву, в котором отметил, что результаты социологических исследований не демонстрируют известность потребителям противопоставляемого обозначения «ПРОГРЕСС», отсутствие ассоциирования этого обозначения именно с АО «ДИАЛ Инжиниринг».

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (02.08.2021) подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572 (далее – Правила).

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

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

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

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 том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно пункту 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.

Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42 – 44 Правил.

Согласно пункту 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.

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

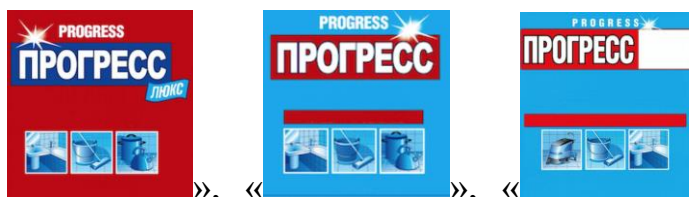
При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть),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

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).



Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 841987 оспаривается в связи с его несоответствием, по мнению лица, подавшего возражение, требованиям пунктов 3 (1) и 6 (2) статьи 1483 Кодекса, а также положениям законодательства, запрещающим недобросовестную конкуренцию и злоупотребление правом.

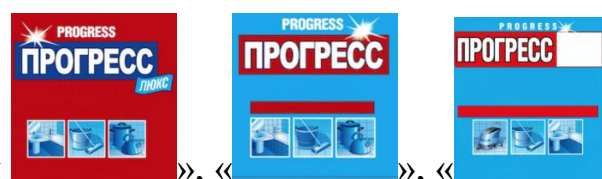
Доводы возражения и сведения Госреестра свидетельствуют о том, что лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарных знаков «ПРОГРЕСС


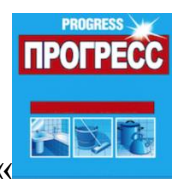



», «ПРОГРЕССОР» по свидетельствам №№ 250678, 696212, 805743, 805744, 402418, зарегистрированных, в том числе, в отношении товаров 03 класса МКТУ, а также полагает регистрацию оспариваемого товарного знака вводящей в заблуждение потребителей относительно изготовителя товаров, в связи с чем представляет результаты опросов потребителей. Принимая во внимание основания оспаривания, коллегия усматривает заинтересованность лица, подавшего возражение, предусмотренную пунктом 2 статьи 1513 Кодекса.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 841987 представляет собой слово «ПРОГРЕСЛЮК», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита, заключенное в кавычки. Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 03 класса МКТУ – *«средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей».*

Противопоставленные в возражении товарные знаки «ПРОГРЕСС», «ПРОГРЕССОР» по свидетельствам №№ 250678, 402418 являются словесными, выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами русского и латинского алфавитов.



Противопоставленные товарные знаки «», «», «» по свидетельствам №№ 696212, 805743, 805744 являются комбинированными,

представлены в виде этикеток красного и синего цветов, в верхних частях которых размещены слова «PROGRESS» и «ПРОГРЕСС», выполненные заглавными буквами латинского и русского алфавитов, а в нижних частях представлены композиции из трех изображений помещений. Товарный знак по свидетельству № 696212 содержит также слово «ЛЮКС», признанное неохраняемым элементом товарного знака.

При сравнительном анализе оспариваемого и противопоставленных в возражении товарных знаков подлежит учету то, в отношении каких элементов знаков, сильных или слабых, может быть установлено сходство.

Индивидуализирующая способность оспариваемого товарного знака обусловлена словом «ПРОГРЕСЛЮК», в то время как кавычки не несут какого-либо самостоятельного смыслового или визуального образа.

В составе противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№ 250678, 696212, 805743, 805744 элементами, несущими основную индивидуализирующую функцию, являются слова «PROGRESS» и «ПРОГРЕСС», где одно является транслитерацией / переводом другого (progress – в переводе с английского языка – прогресс, поступательное движение, улучшение в процессе развития см. <https://translate.academic.ru/PROGRESS/xx/ru/>, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/187230>). Повторение слова «ПРОГРЕСС» буквами двух разных алфавитов в составе товарных знаков дополнительно акцентирует внимание на этом словесном элементе. В противопоставленном товарном знаке по свидетельству № 402418 индивидуализирующая функция приходится на слово «ПРОГРЕССОР», говорящее о ком-, чём-либо, способствующем прогрессу, действующем во имя прогресса (см. <https://kartaslov.ru/значение-слова/прогрессор>).

В свою очередь, оспариваемый товарный знак представлен единым словом «ПРОГРЕСЛЮК» с использованием кавычек как визуального акцента на собственный характер наименования.

Произношение слов «ПРОГРЕСЛЮК» и «ПРОГРЕСС» / «PROGRESS», «ПРОГРЕССОР» характеризуется совпадением части звукового состава, что определяет присутствие признака фонетического вхождения одного обозначения в другое.

Вместе с тем факт такого вхождения сам по себе не предопределяет вывод о сходстве обозначений в целом, поскольку при сравнительной оценке применяются и иные критерии сходства.

Как следует из доводов правообладателя, у слова «ПРОГРЕСЛЮК» оспариваемого товарного знака лексическое значение отсутствует, при этом его части «ПРОГРЕС» и «ЛЮК» несут равную индивидуализирующую нагрузку. Лицо, подавшее возражение, также настаивает на учете в сравнительном анализе разделения слова «ПРОГРЕСЛЮК» на части «ПРОГРЕС» и «ЛЮК».

Коллегия принимает во внимание соответствующие доводы, поскольку для российского потребителя, знакомого со словом «ПРОГРЕСС» (прогресс – поступательное движение, улучшение в процессе развития – см. Толковый словарь С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/187230>) и, как следствие, однокоренным словом «ПРОГРЕССОР<sup>1</sup>» (кто-, что-либо, способствующее прогрессу), предложенная правообладателем конструкция является нестандартной и этим обращает на себя внимание потребителей.

В отношении смыслового восприятия этого слова следует отметить, что за счет отсутствия удвоенной буквы «С», смысловой акцент приходится на значимую часть «ЛЮК», называющую закрывающееся отверстие, обычно круглое, предназначенное для проникновения вниз или внутрь чего-либо (см. Толковый словарь Т.Ф. Ефремовой, 2000, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/182955>), то есть вызывающее конкретный смысловой образ.

Вопреки мнению лица, подавшего возражение, восприятие слова «ПРОГРЕСЛЮК» в значении «ПРОГРЕСС», несмотря на имеющееся частичное совпадение звукового ряда, не происходит – в русском языке нет ни одной лексической единицы, однокоренной со словом «ПРОГРЕСС», где бы утрачивалась удвоенная буква «С». Оценка восприятия обозначения производится по отношению к среднему российскому потребителю.

Изложенный анализ позволяет согласиться с доводом правообладателя о семантическом несходстве сравниваемых товарных знаков благодаря разным образам и идеям, заложенным в обозначения.

---

<sup>1</sup> Суффикс «-ор»-характерен для названий лиц определенной профессии, указывает на род деятельности.

Довод АО «ДИАЛ Инжиниринг» о том, что значимая часть «ЛЮК» может восприниматься в том же значении, что и слово «ЛЮКС», является субъективным. Данный довод основан на искажении смыслового содержания, заложенного в товарный знак. При этом та степень известности противопоставляемых товарных знаков, которая следует из представленных отчетов, не может привести к соответствующему искажению по следующим причинам.

Отчет «BRAND VISION» (2) демонстрирует небольшую географию исследования, при этом достаточная группа потребителей (21 %) не смогла убедительно согласиться с тем, что средство «ПРОГРЕСС» всегда производилось одной и той же компанией. Также неоднозначный результат на вопрос о том, одной или разными компаниями производится средство «ПРОГРЕСС», проиллюстрирован на диаграмме № 6 Аналитического отчета 2020 г. (3), поскольку не известно, что опрашиваемые подразумевали при ответе «группой компаний». Важно отметить, что опрос проводился «с голоса» (с. 5 отчета), дифференциация понятий опрашиваемым не проведена.

Исследование восприятия потребителями иных обозначений, в том числе, с прибавлением слов, слогов, приставок, суффиксов, формант и т.п., не проводилось.

Самое по себе знание опрашиваемыми обозначения «PROGRESS», маркирующего моющие средства, не обуславливает того, что в составе оспариваемого товарного знака потребители будут видеть искажение или ассоциацию именно с этим товарным знаком лица, подавшего возражение.

С учетом вышесказанного, сравниваемые товарные знаки характеризуются разным смысловым восприятием.

Часть букв, составляющих сравниваемые слова, совпадает. Однако визуальный признак сравнения в данном случае является второстепенным ввиду превалирования смыслового признака, при этом визуального акцента на части «ПРОГРЕС-» оспариваемый товарный знак не имеет, что не позволяет применить к оценке графического восприятия тот же подход, который применен по отношению к обозначениям, исследованным в решении Арбитражного суда города Москвы по делу № А40-135162/2021 (5).

Таким образом, оспариваемый и противопоставленные товарные знаки характеризуются некоторым фонетическим и графическим сходством и при этом качественно разным смысловым содержанием, что в своей совокупности не позволяет прийти к выводу о сходстве знаков в целом, поскольку именно смысловой критерий следует признать определяющим.

В отношении однородности товаров 03 класса МКТУ, указанных в перечнях сравниваемых регистраций, коллегия отмечает следующее.

Оспариваемые товары *«средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей»* являются однородными, в частности, товарам *«препараты для отбеливания и прочие вещества для стирки; препараты для чистки, в том числе препараты для чистки сточных труб, препараты для полирования, препараты для обезжиривания, в том числе средства для обезжиривания посуды при мытье, средства обезжиривающие при мытье (за исключением используемых для промышленных и медицинских целей); антинакипины бытовые; антистатика бытовые; аппреты для придания блеска при стирке белья; аппреты (крахмал) для белья; ароматические вещества для отдушивания белья; воск [парафин] для белья; воск [парафин] для стирки белья; гипохлорид калия; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых»* противопоставленной регистрации № 250678, товарам *«препараты для отбеливания и прочие вещества для стирки; препараты для чистки, обезжиривания; антинакипины бытовые; антистатика бытовые; баллоны со сжатым воздухом для уборки и удаления пыли; вещества влагопоглощающие для посудомоечных машин; воск для белья; жидкости для пола, предохраняющие от скольжения; жидкости для чистки стекол, в том числе ветровых; зола вулканическая для чистки; кора мыльного дерева для стирки; красители для воды в туалете; крахмал для придания блеска белью; мел для чистки; наждак; препараты для замачивания белья; препараты для лощения [подкрахмаливания]; препараты для обесцвечивания; препараты для придания блеска белью; препараты для придания лоска; препараты для смягчения белья при стирке; препараты для стирки; препараты для сухой чистки; препараты для удаления политуры; препараты для чистки; препараты для чистки обоев;*


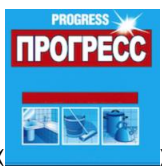
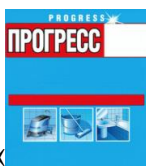
препараты для чистки сточных труб; препараты отбеливающие для стирки; препараты химические бытовые для оживления красок при стирке белья; продукты для наведения блеска [для полировки]; пятновыводители; растворы для очистки; синька для обработки белья; скипидар для обезжиривания; сода для отбеливания; сода для стирки; сода для чистки; соли для отбеливания; спирт нашатырный [моющее, очищающее средство]; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; средства обезжиривающие, за исключением используемых в промышленных целях; тряпки для уборки, пропитанные моющими средствами» противопоставленных регистраций № 696212, 805743, 805744, товарам «препараты для отбеливания и прочие вещества для стирки; препараты для чистки, обезжиривания; мыла» противопоставленной регистрации № 402418.

Однако вывод об однородности товаров не приводит к заключению о сходстве сравниваемых товарных знаков до степени их смешения, ввиду отсутствия их ассоциирования друг с другом в целом.

Довод лица, подавшего возражение, о том, что все противопоставленные в возражении товарные знаки образуют «серию» знаков, в данном случае не может быть принят во внимание как влияющий на вывод о вероятности смешения знаков, поскольку для вывода потребителя о том, что элемент образует «серию» товарных знаков, принадлежащих одному производителю, данный элемент должен обладать узнаваемостью, идентифицирующей способностью как относящийся к такой «серии», при этом сами товарные знаки должны обладать созависимостью друг от друга именно в связи с наличием одного и того же словесного или изобразительного элемента, который кладется в основу «серии».

В данном случае три из пяти противопоставленных товарных знаков



(«», «», «») имеют общие элементы и композиционные решения, различаются лишь цветовым решением и незначительными, визуально не

активными фрагментами, следовательно, эти знаки рассматриваются как варианты одного и того же обозначения, а не «серия» товарных знаков одного лица.

ПРОГРЕСС

Товарный знак «PROGRESS» и указанные выше варианты комбинированного обозначения имеют совпадение в одном из элементов, однако «серию» знаков не образуют в силу того, что два обозначения не могут составлять «серию».

Товарный знак «ПРОГРЕССОР» не имеет общего с иными товарными знаками элемента, следовательно, он не образует с иными противопоставленными товарными знаками «серию», в основу которой положен один и тот же элемент.

Таким образом, наличие пяти регистраций товарных знаков на имя одного лица в данном случае не является обстоятельством, усугубляющим вероятность смешения с ними оспариваемого обозначения.

Что касается довода об известности моющих средств «ПРОГРЕСС» / «PROGRESS» как обстоятельства, усугубляющего смешение, то необходимо отметить следующее.

Представленные отчеты об исследовании восприятия потребителями товарного знака «ПРОГРЕСС» 2020 и 2022 гг. (3, 7) демонстрируют известность соответствующего обозначения «как такового» (см. стр. 7 исследования 2020 г. (3)). И при этом значительная часть опрошенных определяет данное обозначение как применяющееся в отношении моющего средства. Вместе с тем потребители не ассоциируют это обозначению исключительно с товарами лица, подавшего возражение. Именно такая известность может предопределять возникновение у потребителей определенных ассоциативных связей относительно производителя и, как следствие, приводить к усугублению смешения при появлении на рынке сходного обозначения.

В данном случае сходство товарных знаков установлено не было, при этом отсутствует известность потребителям источника происхождения товаров, маркируемых противопоставленным товарным знаком «ПРОГРЕСС».

ПРОГРЕСС

Следовательно, в данном случае результаты исследований не влияют на вывод коллегии в рамках пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, оценив в совокупности степень сходства обозначений и степень однородности товаров, для маркировки которых они зарегистрированы, коллегия не находит оснований для признания оспариваемого товарного знака не соответствующим положениям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, как нарушающим исключительные права лица, подавшего возражение, на товарные знаки по свидетельствам №№ 250678, 696212, 805743, 805744, 402418.

Анализ соответствия товарного знака по свидетельству № 841987 пункту 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Возникновение неверных ассоциаций у потребителей может быть основано на их предшествующем опыте, например, на покупках ранее указанных товаров, либо в случае известности о них из рекламы.

Согласно сведениям Госреестра, лицо, подавшее возражение, ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака предоставляло право использования противопоставленных товарных знаков Обществу с ограниченной ответственностью «АМС Кемикал» (Москва), Обществу с ограниченной ответственностью «АМС МЕДИА» (Москва), а также Обществу с ограниченной ответственностью «ДомБытХим» (Республика Адыгея), Обществу с ограниченной ответственностью «Торговый Дом «ЗОЛУШКА» (Москва). Согласно сведениям ЕГРЮЛ, основными видами деятельности упомянутых лиц являются «производство мыла и моющих средств, чистящих и полирующих средств», «торговля чистящими средствами».

Справка (4) об объемах продажи моющих средств «ПРОГРЕСС» лицензиатами лица, подавшего возражение, до даты приоритета оспариваемого товарного знака, а также список регионов, куда осуществляются поставки такой продукции, иллюстрируют значительный (с учетом специфики продукции – в определенном сегменте) объем присутствия на рынке моющих средств, маркированных обозначением «ПРОГРЕСС». Вместе с тем следует констатировать отсутствие в материалах возражения фактических доказательств использования



противопоставляемых обозначений, согласующихся с данными представленных справок.

Несмотря на сведения об использовании знака «ПРОГРЕСС», коллегия не может прийти к выводу о том, что спорный товарный знак способен вводить потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров по следующим причинам.

Сам по себе факт использования обозначения до даты подачи заявки на товарный знак иным производителем не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара.

В материалы дела не представлено рекламной информации, публикаций средств массовой информации, фактических данных об участии лица, подавшего возражение (его лицензиатов), в выставках, в иных мероприятиях, которые могли бы свидетельствовать об узнаваемости потребителями его продукции на рынке Российской Федерации. Таким образом, фактические сведения, анализ которых позволил бы заключить о том, как именно позиционируется продукция лица, подавшего возражение, на рынке, в распоряжении коллегии отсутствуют.

Более того, следует отметить отсутствие предпосылок для возникновения у потребителей ассоциативной связи спорного обозначения с продукцией лица, подавшего возражение, ввиду несходства оспариваемого товарного знака с товарными знаками лица, подавшего возражение.

Что касается представленных результатов социологических / маркетинговых исследований, то отчет «BRAND VISION» (2) иллюстрирует мнение релевантной группы потребителей относительно возможности перепутать при реальной покупке средства «ПРОГРЕСС» и «ПРОГРЕССИВ» с учетом внешнего вида этикеток. Таким образом, исследование «BRAND VISION» (2) не относится к оспариваемому товарному знаку, не иллюстрируют его восприятие средним российским потребителем, имеет недостаточный географический охват.

Аналитические отчеты 2020 и 2022 гг. (3, 7) относятся к определению индивидуализирующей способности товарного знака «ПРОГРЕСС» среди потребителей путем проведения опроса «с голоса». При этом в соответствии с

