


**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
по результатам рассмотрения  возражения  заявления


Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 26.10.2023 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №898549, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Энгельс Свечи Зажигания», Саратовская обл. (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.





Оспариваемый комбинированный товарный знак «» по заявке №2022702208 с приоритетом от 18.01.2022 зарегистрирован 13.10.2022 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №898549 в отношении товаров 07 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ) на имя Общества с ограниченной ответственностью «АВТОРАМ», 630501, Новосибирская область, Новосибирский р-н, р.п. Краснообск, 42, кв. 19 (далее – правообладатель), информация о чем была опубликована 13.10.2022 в официальном бюллетене «Товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров» №20 за 2022 год.

Согласно доводам возражения и дополнению к нему, поступившему 21.11.2023, правовая охрана товарному знаку по свидетельству №898549 для всех товаров предоставлена с нарушением требований пунктов 3, 6 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Обосновывая подачу настоящего возражения, ООО «Энгельс Свечи Зажигания» указывает на нарушение своего исключительного права на товарный

знак «» по свидетельству №32620 с более ранним приоритетом от 17.06.1966, зарегистрированным в отношении товаров 07, 17 классов МКТУ.

Лицо, подавшее возражение, полагает, что между оспариваемым и противопоставленным товарными знаками по свидетельствам №898549 и №32620 имеется смешение за счет сходства входящих в их состав индивидуализирующих

элементов «» и «», а также в силу однородности товаров 07 класса МКТУ, для маркировки которых они предназначены.

В возражении также указывается на наличие дополнительных обстоятельств, влияющих на возможность смешения сравниваемых товарных знаков, а именно на интенсивное использование противопоставленного товарного знака по свидетельству №32620 на протяжении длительного периода времени и его узнаваемость среди потребителей.

Кроме того, в возражении приводятся сведения о фактическом введении потребителей в заблуждение относительно свечей зажигания, маркированных оспариваемым товарным знаком по свидетельству №898549, а также данные о наличии между ООО «Энгельс Свечи Зажигания» и генеральным директором ООО «АВТОРАМ» договорных отношений на поставку свечей зажигания под противопоставленным товарным знаком по свидетельству №32620, в силу чего ООО «АВТОРАМ» не могло не знать о наличии продукции лица, подавшего возражение, в гражданском обороте, а регистрация товарного знака по свидетельства №898549 осуществлена с целью имитации средства индивидуализации ООО «Энгельс Свечи Зажигания».

Принимая во внимание вышеприведенные обстоятельства, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №898549 недействительным полностью.

В качестве иллюстрации своих доводов ООО «Энгельс Свечи Зажигания» в поступившем возражении и дополнениях к нему, представленных как в корреспонденции от 01.11.2023, так и на заседании коллегии 07.02.2024, ссылается на следующие материалы (в копиях):

Приложение 1. Фотографии товаров, упаковок, маркируемых противопоставленным товарным знаком по свидетельству №32620, статьи и фотографии из сети Интернет, маркетинговые материалы;

Приложение 2. Продажа на маркетплейсах и сравнение цен на товары, маркируемые товарными знаками по свидетельствам №32620 и №898549;

Приложение 3. Сведения об отгрузках свечей зажигания, включая свечи зажигания, маркируемы товарным знаком по свидетельству №32620;

Приложение 4. Фотографии участия товаров, маркированных товарным знаком по свидетельству №32620 на выставках;

Приложение 5. Отзывы пользователей о свечах производства ООО «Энгельс Свечи Зажигания»;

Приложение 6. Заключение №132-2023 от 18.08.2023 Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (далее - ИС ФНИСЦ РАН), подготовленное по результатам социологического опроса, проведенного с 03.08.2023 по 18.08.2023 среди совершеннолетних жителей Российской Федерации;

Приложение 7. Реальные случаи смешение свечей зажигания под товарными знаками по свидетельствам №32620 и №898549 в глазах потребителей;

Приложение 8. Рамочный договор №АА/94979658 от 01.01.2020 между Шакировым Р.И и ООО «Энгельс Свечи Зажигания», предметом которого была поставка товаров, в том числе маркированных товарным знаком по свидетельству №32620;

Приложение 9. Информация о реорганизации/переименовании Энгельсовского завода автотракторных запальных свечей (г. Энгельс, Саратовская обл.);

Приложение 10. Заключение №04-2024 от 16.01.2024 ИС ФНИСЦ РАН, подготовленное по результатам социологического опроса, проведенного с 28.12.2023

по 12.01.2024 среди совершеннолетних жителей Российской Федерации – потребителей свечей зажигания для двигателей внутреннего сгорания; свечей предпускового подогрева для дизельных двигателей и свечей для двигателей внутреннего сгорания (07 класс МКТУ);

Приложение 11. Сведения об участии продукции, маркированной противопоставленным товарным знаком по свидетельству №32620 в следующих выставках (выставка SIA Киев 24-26 мая 2011 г.; выставка «Мир Автомобиля», Санкт-Петербург 04-08 апреля 2012 г.; выставка «АвтоСиб», Новосибирск 06-09 мая 2012 г.; выставка MIMS Automechanika, Москва 24-29 августа 2011 г.; выставка MIMS Automechanika, Москва 27-30 августа 2012 г.; выставка MIMS Automechanika, Москва 26-30 августа 2013 г.; выставка MIMS Automechanika, Москва 25-28 августа 2014 г.; выставка MIMS Automechanika, Москва 24-27 августа 2015 г.; выставка MIMS Automechanika, Москва 21-24 августа 2017 г.):

Приложение 11.1. Презентация «Собрание клиентов по свечам ЭЗ от 22.06.2012;

Приложение 11.2. Презентация «Visit RBRU/P in Engels» от 2012 г.;

Приложение 11.3. Статья «Свечи зажигания ЭЗ и APS, сетевое издание «Кузов Эксперт» от 06.09.2013;

Приложение 11.4. Статья «На выставке «Automechanika Moscow 2013» были представлены свечи зажигания Bosch, а сама компания рассказала о своих планах относительно свеч на будущее», сетевое издание «Журнал Автодела» от 06.09.2013;

Приложение 11.5. Статья «Энгельсовские свечи зажигания представлены в «Экспоцентре», сетевое издания «110 km» от 26.08.2014;

Приложение 11.6. Статья «Свечи зажигания ЭЗ и APS на выставке MIMS, сетевое издание «Кузов Эксперт» от 01.09.2014;

Приложение 11.7. Статья «Automechanika на московский лад», сетевое издание «Кузов Эксперт» от 08.10.2014;

Приложение 11.8. Статья «ЭЗ присоединился к программе лояльности eXtra», сетевое издание «Журнал АБС-авто» от 2015 г.;

Приложение 11.9. Статья «На «Автомеханике-2015» покажут новые свечи ЭЗ» «Журнал Движок» от 05.08.2015;

Приложение 11.10. Статья «Свечи зажигания ЭЗ на выставке MIMS Automechanika», сетевое издание «Кузов Эксперт» от 05.08.2015;

Приложение 11.11. Статья «Свечи зажигания ЭЗ продаются в сервисах БОШ», сетевое издание «АвтоДела» от 26.08.2015;

Приложение 11.12. Статья «В программе eXtra пополнение», сетевое издание «АвтоДела» от 31.08.2015;

Приложение 11.13. Статья «ЭЗ присоединился к программе лояльности eXtra», сетевое издание «Кузов Эксперт» от 01.09.2015;

Приложение 11.14. Статья «ЭЗ на выставке MIMS Automechanika Moscow 2017», сетевое издание «Кузов Эксперт» от 01.08.2017;

Приложение 12. Публикации о продукции, сопровождаемой противопоставленным товарным знаком по свидетельству №32620 в средствах массовой информации:

Приложение 12.1. Печатные СМИ:

Приложение 12.1.1. Статья «Энгельсская марка», газета «Коммунист» от 13.06.1985;

Приложение 12.1.2. Статья «С искрой в деле», газета «Наше слово» от 24.07.1992;

Приложение 12.1.3. Статья «С искрой в деле», газета «Наше слово» от 25.07.1992;

Приложение 12.1.4. Статья «С искрой в деле», газета «Наше слово» от 28.07.1992;

Приложение 12.1.5. Статья «С искрой в деле», газета «Наше слово» от 08.09.1992;

Приложение 12.1.6. Статья «Не свечкой единой», газета «Покровск» от 22.09.1995;

Приложение 12.1.7. Статья «Из искровых свечей «возгорелось», газета «Покровск» от 05.01.1995;

Приложение 12.1.8. Статья «В бой пойдут одни знатоки», газета «земля саратовская» от января 1996 г.;

Приложение 12.1.9. Статья «Свечной заводик фирмы «Bosch», журнал «Общественное мнение»;

Приложение 12.1.10. Статья «Энгельсские свечи зажигания – высокое качество гарантировано!», газета «Аргументы и факты» от октября 1999 г.;

Приложение 12.1.11. Статья «Завод, где зажигают свечи», газета «Комсомольская правда» от 23.12.1999;

Приложение 12.1.12. Статья «Bosch: доверие качеству», газета «Саратовский Арбат», от 08.03.2000;

Приложение 12.1.13. Статья «Бош-Саратов» - один из стабильных налогоплательщиков района» от 09 – 16.03.2000;

Приложение 12.1.4. Статья «Производить качество», газета «Саратовский Арбат» от 22.03.2000;

Приложение 12.1.15. Статья «Петер Циммерманн: «Вместе сможем все!», газета Репортер, 21-27.09.2000;

Приложение 12.1.16. Статья «Красная цена», журнал «За рулем» от 08/2008 г.;

Приложение 12.1.17. Статья «Свеча для народа», журнал «За рулем» от 05/2011г.;

Приложение 12.1.18. Статья «Планета по имени Bosch», газета «Наше слово» от 26.09.2014;

Приложение 12.2. Сетевые СМИ (Интернет):

Приложение 12.2.1. Статья «Свечи зажигания: утомленные искрой», сетевое издание «За рулем» от 22.11.2012;

Приложение 12.2.2. Статья «Даешь искру или рождение свечей», сетевое издание «110 km» от 08.12.2014;

Приложение 12.2.3. Статья «Свечи зажигания ЭЗ есть везде», сетевое издание «АБС авто» от декабря 2014 г.;

Приложение 12.2.4. Статья «Линейка свечей зажигания ЭЗ Yttrium пополнилась», сетевое издание «АвтоДела» от 08.07.2015;

Приложение 12.2.5. Статья «Компания Bosch представила новые свечи зажигания», сетевое издание «Журнал Движок» от 09.07.2015;

Приложение 12.2.6. Статья «ЭЗ присоединился к программе лояльности eXtra», сетевое издание «Журнал Движок» от 01.09.2015;

Приложение 12.2.7. Статья «Большой свечной заводик», сетевое издание «Русский автомобиль» от 29.09.2015;

Приложение 12.2.8. Статья «Бренд ЭЗ выступил партнером ралли МАДИ», сетевое издание «Журнал Движок» от 22.01.2016;

Приложение 12.2.9. Статья «Бренд ЭЗ создал сайт для подбора свечей зажигания», сетевое издание «Журнал Движок» от 27.01.2017;

Приложение 12.2.10. Статья «4 составляющих прибыльности Bosch в России», сетевое издание «Carobka.ru» от 2017 г.;

Приложение 12.2.11. Статья «ЭЗ запустил онлайн-сервис по подбору свечей зажигания», сетевое издание «Авто Компоненты» от 27.01.2017;

Приложение 12.2.12. Статья «Обновленный каталог свечей зажигания ЭЗ», сетевое издание «Авто Компоненты» от 14.03.2017;

Приложение 12.2.13. Статья «Обновленный каталог свечей зажигания ЭЗ», сетевое издание «Abiznews.net» от 14.03.2017;

Приложение 12.2.14. Статья «Бренд ЭЗ опубликовал обновленный каталог», сетевое издание «Журнал Движок» от 14.03.2017;

Приложение 12.2.15. Статья «ЭЗ. Обновленный каталог свечей зажигания», сетевое издание «Кузов Эксперт» от 15.03.2017;

Приложение 12.2.16. Статья «Свечи ЭЗ получили новую упаковку», сетевое издание «Журнал Движок» от 11.07.2017;

Приложение 12.2.17. Статья «Bosch и ЭЗ на ралли МАДИ», сетевое издание «Авто Компоненты» от 26.01.2018;

Приложение 12.2.18. Статья «Свечи зажигания ЭЗ: 60 лет инноваций», сетевое издание «AMSRUS» от июля 2020 г.;

Приложение 12.2.19. Статья «Завод по производству свечей зажигания в Энгельсе отмечает 60-летие», сетевое издание «Журнал Движок» от 02.07.2020;

Приложение 12.2.20. Статья «Свечи Энгельса – это Вам не лампочка Ильича», сетевое издание «Сводка Плюс» от 06.07.2020;

Приложение 13. Маркетинговые материалы с использованием продукции, маркированной противопоставленным товарным знаком по свидетельству №32620;

Приложение 14. Информация об объемах отгрузок свечей зажигания, маркированных товарным знаком по свидетельству №32620, а именно, сопроводительное письмо ООО «Энгельс Свечи зажигания», счета-фактуры за период с 2018 по 2022 гг., фотографии продукции.

Правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549, ознакомившись с поступившим возражением, представил свой отзыв с аргументами в защиту его правовой охраны.

По мнению правообладателя, оспариваемый товарный знак по свидетельству №898549, включающий в свой состав число «33» и словесный элемент «LEVEL», не является сходным с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №32620, в состав которого входит буквенный элемент «ЭЗ» в силу их визуальных, фонетических и семантических различий.

Согласно результатам социологического исследования, проведенного по заказу правообладателя Научно-исследовательским институтом защиты интеллектуальной собственности, подавляющему большинству опрошенных респондентов продукция под противопоставленным товарным знаком по свидетельству №898549 была не известна до прохождения этого опроса, а, кроме того, ни один их опрошенных респондентов не ассоциирует сравниваемые товарные знаки друг с другом.

Правообладатель полагает, что товары, приведенные в перечнях оспариваемого и противопоставленного товарных знаков по свидетельствам №898549 и №32620, однородными не являются в силу их разного назначения и стоимости.

В отзыве правообладателя делается вывод об отсутствии вероятности введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя продукции, маркированной оспариваемым товарным знаком по свидетельству №898549.



Данные выводы правообладатель обосновывает результатами социологического исследования, проведенного по его заказу, в соответствии с которыми большинство опрошенных респондентов ассоциирует противопоставленный товарный знак с третьи лицом – компанией ЭЗ-ЭССО. Кроме того, правообладатель указывает на недостоверность результатов социологического исследования лица, подавшего возражение, приведенных в Заключении №132-2023 от 18.08.2023 ИС ФНИСЦ РАН, где сопоставлялись не сравнимые товарные знаки, а этикетки продукции. Правообладатель также отмечает, что в его распоряжении имеется информация, согласно которой после ухода с российского рынка компании Bosch Automotive Aftermarket, которая ранее осуществляла деятельность через ООО «Роберт Бош Саратов» (предыдущий правообладатель товарного знака по свидетельству №32620), выпуск продукции под противопоставленным товарным знаком прекращен.

Правообладатель указывает на добросовестное использование принадлежащего ему товарного знака по свидетельству №898549 в отношении продукции, признанной победителем конкурса в номинации «Свеча года 2023».

Помимо вышеизложенного, правообладатель считает, что удовлетворение возражения в рамках настоящего спора противоречит принципу правовой определенности со стороны административного органа, проводящего экспертизу товарного знака по свидетельству №898549 и не выявившего препятствий к его регистрации.

В поступившем отзыве указывается на отсутствие доказательств экономической деятельности по ведению продукции в гражданский оборот, что, по мнению правообладателя, влечет вывод об отсутствии заинтересованности при подаче настоящего возражения.

В связи с изложенным правообладатель просит отказать в удовлетворении поступившего возражения и сохранить правовую охрану товарного знака по свидетельству №898549.

Отзыв правообладателя сопровождается следующими документами (в копиях):

Приложение 15. Заключение №СО-2601-10 от 06.02.2024 Научно-исследовательского института защиты интеллектуальной собственности, подготовленное по результатам социологического опроса, проведенного с 14.12.2024 по 26.01.2024 среди жителей Российской Федерации в возрасте от 18 и старше – потребителей свечей зажигания для двигателей внутреннего сгорания (07 класс МКТУ);

Приложение 16. Статья «Свеча накаливания» из энциклопедии Википедия;

Приложение 17. Распечатки сайтов о назначении товаров «мелеющие тела», «изоляторы керамические»;

Приложение 18. Распечатки сайтов со сравнением цен на товары «свечи зажигания» и «свечи предпускового подогрева»;

Приложение 19. Распечатки сайтов со сравнением цен на товары «мелеющие тела» и «изоляторы керамические»;

Приложение 20. Информационное письмо ООО «Роберт Бош»;

Приложение 21. Релиз «Товарные знаки ушедших западных брендов нельзя использовать из-за российского законодательства» с официального сайта Роспатента от 19.08.2022;

Приложение 22. Фотография награды конкурса в номинации «Свечи года 2023».

Лицо, подавшее возражение, ознакомившись с отзывом правообладателя, представило свои дополнительные пояснения в корреспонденции от 06.03.2024, в которых приводит доводы о некорректных выводах, приведенных в подготовленном по заказу правообладателя заключении по результатам социологического исследования №СО-2601-10 от 06.02.2024. При этом, даже несмотря на имеющуюся некорректность выводов, результаты указанного заключения правообладателя соотносятся с результатами Заключения №04-2024 от 16.01.2024, полученными в ходе проведенного социологического исследования лица, подавшего возражение. Как отмечает лицо, подавшее возражение, значительное количество респондентов (свыше трети) полагают, что товары под сравниваемыми товарными знаками выпускаются либо одной и той же, либо связанными друг с другом компаниями.

Лицо, подавшее возражение, считает, что при проведении социологического исследования правообладателя были допущены методологические подходы и дана некорректная интерпретация результатов опроса, что привело к неверным выводам об ассоциировании сравниваемых обозначений друг с другом.

Несмотря на ряд нарушений социологического исследования правообладателя, по мнению лица, подавшего возражение, полученные результаты, тем не менее, указывают на угрозу смешения сравниваемых товарных знаков потребителями и вероятность их введения в заблуждение.

Правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549 на заседании коллегии, состоявшейся 11.03.2024, представил свои доводы в защиту данного товарного знака.

Правообладатель указывает, что противопоставленный товарный знак по свидетельству №32620 ассоциируется с немецкой компанией Robert Bosch GmbH, т.е. с его прежним правообладателем и производителем свечей зажигания, которая более не поставляет на российский рынок эту продукцию. Доказательств того, что сравниваемые товарные знаки ассоциируются друг с другом и с одним и тем же производителем продукции, по мнению правообладателя, не имеется. Правообладатель обращает внимание на отсутствие сходства сравниваемых товарных знаков, а также вопреки доводам лица, подавшего возражение, считает проведенное по его заказу социологическое исследование надлежащим доказательством по делу. Правообладатель полагает, что приведенная в его заключении по результатам социологического исследования компания – ООО ЭЗ «ЭССО», с которой в результате опроса большинство респондентов ассоциирует противопоставленный товарный знак по свидетельству №32620, выбрана социологической компанией в качестве примера возможного производителя свечей зажигания под названным товарным знаком обоснованно как лицо, вправе осуществлять данный вид экономической деятельности, и не носит манипуляционный характер.

Вышеуказанные доводы правообладателя сопровождаются следующими документами:

Приложение 23. Выписка из единого реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ) со сведениями относительно ЗАО Экспериментальный завод «Электростанции и сварочное оборудование» (ЗАО ЭЗ «ЭССО»).

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии по рассмотрению поступившего возражения представителей сторон спора, коллегия пришла к следующим выводам.

С учетом даты приоритета (18.01.2022) оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549 правовая база для оценки его охраноспособности 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).

Как следует из требований подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Исходя из пункта 37 Правил, при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

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

В соответствии с требованиями подпункта 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.

Из пункта 10 статьи 1483 Кодекса следует, что не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 настоящей статьи.

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

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

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

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

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость

звук, 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.

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

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


В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и

каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.


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



Оспариваемый товарный знак «» по свидетельству №898549 с приоритетом от 18.01.2022 является комбинированным, включает расположенные на фоне горизонтально-ориентированного прямоугольника черного цвета словесно-цифровые элементы, а именно цифру «33» красного цвета и выполненное буквами латинского алфавита слово «LEVEL<sup>1</sup>» (в переводе с английского языка – «степень, ступень, уровень») белого цвета. Товарный знак по свидетельству №898549 зарегистрирован в отношении товаров 07 класса МКТУ «свечи зажигания для двигателей внутреннего сгорания; свечи предпускового подогрева для дизельных двигателей».

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.


Основанием для подачи возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №898549 явилось, имеющееся, по мнению ООО «Энгельс Свечи Зажигания», нарушение его исключительного права на товарный


знак «» по свидетельству №32620 с более ранним приоритетом от 17.06.1966. По мнению лица, подавшего возражение, одновременное присутствие оспариваемого и противопоставленного товарных знаков в гражданском обороте приводит к их смешению в глазах потребителя и возникновению не соответствующих действительности представлений об источнике их

<sup>1</sup> См. Англо-русские онлайн словари, [https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng\\_rus\\_apresyan/55143/level?ysclid=lutgwxtwx3805066157](https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus_apresyan/55143/level?ysclid=lutgwxtwx3805066157).

происхождения. Названные обстоятельства позволяют признать ООО «Энгельс Свечи Зажигания» заинтересованным в подаче настоящего возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №898549 лицом.

В свою очередь по существу приведенных в возражении доводов относительно нарушения исключительного права ООО «Энгельс Свечи Зажигания» на товарный

знак «» по свидетельству №32620 необходимо отметить следующее.

Противопоставленный товарный знак «» по свидетельству №32620 является комбинированным, включает буквы «Э» и «З» кириллического алфавита в оригинальном графическом исполнении. Товарный знак по свидетельству №32620 зарегистрирован для товаров 07, 17 классов МКТУ «свечи для двигателей внутреннего сгорания, мелющие тела, изоляторы керамические». Срок действия правовой охраны товарного знака действует до 17.06.2026.

Необходимо упомянуть, что в соответствии с данными Госреестра в отношении противопоставленный товарный знак по свидетельству №32620 неоднократно становился предметом отчуждения исключительного права, а также менялись организационно-правовая форма и наименования его правообладателей. Так, с учетом длительного существования правовой охраны указанного товарного знака в Госреестре присутствуют сведения о правообладателе только с 1991 года, а именно об Энгельском заводе автотракторных запальных свечей. Согласно записи от 12.10.2001 наименование данного юридического лица было изменено на Открытое акционерное общество с иностранными инвестициями «Завод автотракторных запальных свечей», а 12.04.2005 - на Открытое акционерное общество «Роберт Бош Саратов».

В дальнейшем в результате распоряжения исключительным правом на товарный знак по свидетельству №32620 согласно договору, зарегистрированному Роспатентом 10.07.2015 за №РП0005030, товарный знак был уступлен Обществу с ограниченной ответственностью «Роберт Бош Саратов».



В свою очередь, указанное юридическое лицо изменило свое фирменное наименование на Общество с ограниченной ответственностью «Энгельс Свечи зажигания», о чем свидетельствует соответствующая запись в Госреестре от 22.12.2023.

При этом следует отметить, что адрес регистрации названных выше обладателей исключительного права на товарный знак по свидетельству №32620 оставался неизменным - г. Энгельс, пр-кт Ф. Энгельса, 139.

При сопоставительном анализе сравниваемых товарных знаков по свидетельствам №898549 и №32620 коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда РФ), согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров.

При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

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. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

При наличии соответствующих доказательств суд, определяя вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения, оценивает и иные обстоятельства, в том числе: используется ли товарный знак правообладателем в отношении конкретных товаров; длительность и объем использования товарного знака правообладателем; степень известности, узнаваемости товарного знака; степень внимательности потребителей (зависящая в том числе от категории товаров и их цены); наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

При определении вероятности смешения также могут учитываться представленные лицами, участвующими в деле, доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака, в том числе опросы мнения обычных потребителей соответствующего товара.

Суд учитывает влияние степени сходства обозначений, степени однородности товаров, иных обстоятельств на вероятность смешения, а не каждого из соответствующих обстоятельств друг на друга.

Обращение к перечням товаров 07 класса МКТУ сравниваемых товарных знаков по свидетельствам №898549 и №32620 показало, что они предназначены для индивидуализации свечей для двигателей.

Так, свечи для двигателей внутреннего сгорания, приведенные в перечне противопоставленного товарного знака по свидетельству №32620, иначе называются свечами зажигания<sup>2</sup> (запальными свечами) и являются прибором для воспламенения горючей смеси в двигателях внутреннего сгорания при помощи электрической искры. Свечи зажигания необходимы для бесперебойной работы бензинового двигателя автомобиля<sup>3</sup>.

Приведенные в перечнях 07 класса МКТУ оспариваемого и противопоставленного товарных знаков по свидетельствам №898549 и №32620 товары «свечи зажигания для двигателей внутреннего сгорания» и «свечи для двигателей внутреннего сгорания» являются товарами одного вида и назначения, т.е. идентичными товарами.

<sup>2</sup> Энциклопедический словарь, 2009, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/51529/свеча>.

<sup>3</sup> [https://aif.ru/auto/about/chto\\_takoe\\_svechi\\_nakalivaniya\\_v\\_mashine\\_i\\_zachem\\_oni\\_nuzhny?ysclid=lutnhscnz1635591530](https://aif.ru/auto/about/chto_takoe_svechi_nakalivaniya_v_mashine_i_zachem_oni_nuzhny?ysclid=lutnhscnz1635591530).

Что касается товара 07 класса МКТУ «свечи предпускового подогрева для дизельных двигателей» оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549, то данная продукция также называется свечами накаливания и согласно общедоступным словарно-справочным данным<sup>4</sup> (приложение 16) представляет собой детали в дизельном двигателе, в предпусковом подогревателе двигателя, в автономном отопителе салона (кабины) и в калильном карбюраторном двигателе (широко распространены в авиа-, судо-, и авто моделировании), служит для облегчения его холодного пуска. В отличие от свечей зажигания, они не дают искру, а представляют собой обычный электронагревательный элемент.

Таким образом, свечи зажигания и свечи накаливания хоть и используются в машинах с разным типом двигателя – бензиновом и дизельном, тем не менее, они выполняют одну и ту же функцию – позволяют осуществить запуск двигателя машины. Данные товары относятся к одному роду продукции – свечи для автомобильных двигателей, имеют одинаковое назначение, круг потребителей (автомобилисты), способы реализации (магазины автомобильных запчастей).

Данные обстоятельства свидетельствует о том, что правовая охрана сравниваемых товарных знаков по свидетельствам №898549 и №32620 распространяется на однородную продукцию.

В свою очередь сопоставительный анализ сравниваемых товарных знаков

«» и «» показал следующее.

Так, оспариваемый и противопоставленный комбинированные товарные знаки содержат в своем составе спорные элементы «33» и «ЭЗ». При этом в составе оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549 спорный цифровой элемент «33» занимает первоначальное положение, выполнен в красном цвете, за счет чего акцентирует на себе внимание потребителя в первую очередь. В противопоставленном же товарном знаке по свидетельству №32620 сочетание букв «ЭЗ» является единственным индивидуализирующим элементом.

<sup>4</sup> [https://ru.wikipedia.org/wiki/Свеча\\_накаливания](https://ru.wikipedia.org/wiki/Свеча_накаливания).

Коллегия приняла во внимание довод правообладателя об определенной семантике и фонетике оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549 – «тридцать третий уровень», за счет сочетания присутствующих в его составе цифры и слова, отличающихся от звучания и смысловой нагрузки, заложенной в буквенные элементы «ЭЗ» противопоставленного товарного знака по свидетельству №32620.

Между тем, как указывалось выше, на восприятие сравниваемых комбинированных товарных знаков помимо фонетического и семантического критериев сходства в равной степени оказывает влияние и графический фактор.

В данном случае индивидуализирующие элементы «33» и «ЭЗ» в составе сравниваемых товарных знаков представляют собой графемы, имеющие высокую степень визуального сходства за счет их внешней формы. Следует констатировать, что названные графемы «Э» и «3» в составе противопоставленного товарного знака по свидетельству №898549 построены в виде двух полуovalов, которые соединяются друг с другом горизонтальным штрихом. В свою очередь графический элемент «33» в составе оспариваемого товарного знака по свидетельству №32620 включает две цифры «3», которые представляют собой два полуovalа с разомкнутым штрихом. Следует констатировать, что кириллическая буква «3» и арабская цифра «3» в письменности визуально практически неотличимы друг от друга. Что касается кириллической буквы «Э», то она также имеет высокую степень сходства с арабской цифрой «3» за счет наличия в их составе овальной формы и штриха посередине.

Также следует отметить, что сходство от восприятия сравниваемых обозначений может усиливаться за счет их одинакового цветового решения.

Так, спорный элемент «33» в составе оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549 выполнен в красном цвете. В свою очередь противопоставленный товарный знак по свидетельству №32620 не имеет указания на цвет. Вместе с тем, согласно сложившейся правоприменительной практике, если товарный знак зарегистрирован без указания цвета как элемента товарного знака, он может быть использован в любой цветовой гамме (см., например, постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 10.11.2023 №СИП-428/2023).

Следовательно, использование противопоставленного товарного знака по свидетельству №32620 возможно, в том числе, и в красном цвете. Указанный тезис подтверждается фактическими данными (приложения 1, 2, 4 – 7, 11 - 14), приведенными в возражении, согласно которым принадлежащий лицу, подавшему возражение, товарный знак по свидетельству №32620 действительно использовался при введении продукции в гражданский оборот в красном цвете.

Таким образом, индивидуализирующие элементы «ЗЗ» и «ЭЗ» в составе товарных знаков по свидетельству №898549 и №32620 имеют высокую степень визуального сходства, что в свою очередь обуславливает ассоциирование сравниваемых обозначений друг с другом в целом за счет сходного общего зрительного впечатления от их восприятия в целом.

С учетом высокой степени однородности сопоставляемых товаров 07 класса МКТУ и сходного общего зрительного впечатления, которые производят сравниваемые товарные знаки по свидетельствам №898549 и №32620, есть основания для ввода о вероятности их смешения в гражданском обороте. В этой связи необходимо обратить внимание на правовую позицию, изложенную в постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №3691/06 от 18.07.2006, согласно которой для признания сходства товарных знаков достаточно уже самой опасности, а не реального смешения товарных знаков в глазах потребителя.

Между тем, коллегия также приняла во внимание доводы сторон о необходимости оценки соответствующих доказательств, которые могут повлиять на вывод о наличии или отсутствии сходства сравниваемых товарных знаков, в данном случае речь идет о фактическом использовании товарных знаков и социологических опросах.

Исходя из результатов представленного правообладателем социологического исследования (приложение 15), ни один из опрошенных респондентов не ассоциирует сравниваемые товарные знаки между собой ни на дату опроса, ни ретроспективно (на дату приоритета оспариваемого товарного знака). С учетом полученных данных социологической организацией делается вывод об отсутствии вероятности смешения сравниваемых знаков.

Между тем, при сопоставлении товарных знаков по свидетельствам №898549 и №32620 более трети опрошенных респондентов на дату опроса указали, что сравниваемые обозначения сходны по внешнему виду (41%) и в целом, по общему зрительному впечатлению (40%). Ретроспективно мнение о сходстве от восприятия сравниваемых товарных знаков по внешнему виду и в целом, по общему зрительному впечатлению высказало 38% опрошенных респондентов.

Учитывая изложенное, коллегия полагает, что вышеуказанные результаты социологического исследования, представленного правообладателем, в части вывода о вероятности ассоциирования сравниваемых товарных знаков друг с другом и вероятности их смешения потребителем носят противоречивый характер.

В свою очередь результаты социологического исследования, представленного лицом, подавшим возражение (приложение 10), около трети опрошенных респондентов (36% на дату опроса и 29% ретроспективно) оценили сравниваемые товарные знаки как сходные в целом, несмотря на отдельные отличия. Также около трети опрошенных респондентов (31% на дату опроса и 28% ретроспективно) ассоциирует тестируемые обозначения друг с другом. При этом треть опрошенных респондентов полагает (30% на дату опроса и 32% ретроспективно), что обозначения сходны между собой по внешнему виду.

Аналогично распределяются варианты ответов респондентов в том, случае, если им предлагается оценить сходство исключительно индивидуализирующих элементов «ЗЗ» и «ЭЗ», присутствующих в составе товарных знаков по свидетельствам №898549 и №32620. Так, более трети опрошенных респондентов (37% на дату опроса и 36% ретроспективно) оценили сравниваемые элементы «ЗЗ» и «ЭЗ» как сходные в целом, несмотря на отдельные отличия. Также более трети опрошенных респондентов (35% на дату опроса и 34% ретроспективно) ассоциирует элементы «ЗЗ» и «ЭЗ» друг с другом. При этом более трети опрошенных респондентов полагает (37% на дату опроса и 35% ретроспективно), что обозначения «ЗЗ» и «ЭЗ» сходны между собой по внешнему виду.



Таким образом, результаты социологических исследований правообладателя и лица, подавшего возражения, несмотря на приведенные выше противоречивые

данные исследования правообладателя, в целом свидетельствуют о том, что около трети опрошенных респондентов усматривают сходство сравниваемых товарных знаков.



В этой связи необходимо упомянуть, что показатель, превышающий 20% опрошенных респондентов, согласно позиции Президиума Высшего арбитражного суда Российской Федерации оценивается как внушительный и оказывающий влияние на продвижение товаров в определенном сегменте рынка.

Также коллегия приняла во внимание представленные лицом, подавшим возражение, результаты социологического исследования (приложение б), в котором оценивалась угроза смешения в гражданском обороте обозначений, которые фактически используются сторонами настоящего спора, в частности, средств



индивидуализации свечей зажигания – «» и «», товарного знака

«» и обозначения «» на упаковке продукции, самих упаковок продукции.

Результаты социологического исследования свидетельствуют о том, что на дату его проведения и ретроспективно 66% и 71% респондентов оценили тестируемые

обозначения «» и «» как сходные между собой, большинство респондентов (65% и 71%) ассоциируют их друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия, а 57% и 62% могут перепутать товары, сопровождаемые этими обозначениями.

Соответственно на дату проведения и ретроспективно существенная часть опрошенных респондентов (31% и 47%) полагает, что тестируемые обозначения

«» и «» как сходные между собой, существенное число респондентов (32% и 41%) ассоциируют их друг с другом в целом, несмотря на отдельные

отличия, а 31% и 37% могут перепутать товары, сопровождаемые этими обозначениями.

Также следует упомянуть, что более половины опрошенных респондентов считает сходными упаковочную продукцию, на которой присутствуют обозначения



Все полученные результаты имеющихся в деле социологических опросов превышают порог в 20%, а, значит, свидетельствуют о наличии социологических признаков сходства до степени смешения как непосредственно между сравниваемыми товарными знаками свидетельствам №898549 и №32620, так и между теми средствами индивидуализации, которые фактически используются сторонами спора в гражданском обороте.

В этой связи усматриваются основания для вывода о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №898549 предоставлена с нарушением подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех товаров 07 класса МКТУ.

Что касается приведенного в заключении по результатам экспертизы довода о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса, то необходимо отметить следующее.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса по общему правилу может быть применено к товарному знаку (обозначению), представляющему собой комбинированное обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения).

В составе же оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549 спорный элемент «33», как указывалось выше, является индивидуализирующим, в



связи с чем при сопоставительном анализе сравниваемых товарных знаков по свидетельствам №898549 и №32620 обоснованным является применение положений пункта 6 статьи 1483 Кодекса. Следовательно, приведенный довод лица, подавшего возражение, о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса не является правомерным и никак не мотивирован.

В свою очередь анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549 на предмет соответствия требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Согласно сложившейся правовой позиции суда способность введения в заблуждение элементами обозначений и обозначением в целом не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и изготовителе.

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

С учетом изложенного для вывода о возможности введения потребителей в заблуждение через ассоциацию с иным производителем товара, основанную на предшествующем опыте, необходимо наличие доказательств, подтверждающих: 1) введение в гражданский оборот товаров со сходным обозначением иным производителем; 2) возникновение (и сохранение) у потребителей стойкой ассоциативной связи между самим товаром и его предшествующим производителем.

Представленный лицом, подавшим возражение, массив документов свидетельствует о том, что на протяжении длительного периода времени противопоставленный товарный знак по свидетельству №32620 в гражданском обороте при сопровождении свечей зажигания и ассоциировался с группой компаний Bosch, т.е. непосредственным правообладателем товарного знака - Обществом с ограниченной ответственностью «Роберт Бош Саратов», и Обществом с ограниченной ответственностью «Роберт Бош».

О возможности данного ассоциирования свидетельствуют, например, приложение 7, в котором приводятся фотографии упаковки свечей зажигания,

маркированных противопоставленным товарным знаком по свидетельству №32620, на которых указан как непосредственный изготовитель товара - Обществом с ограниченной ответственностью «Роберт Бош Саратов», так и Общество с ограниченной ответственностью «Роберт Бош» как контактное лицо.

Также Общество с ограниченной ответственностью «Роберт Бош» выступает в качестве продавца свечей зажигания «ЭЗ» по представленному в дело договору поставки от 01.01.2020 (приложение 8). При этом следует обратить внимание, что в качестве покупателя в рамках названного договора выступает ИП Шакиров Р.А (ИНН 540405156478), т.е. генеральный директор и один из учредителей ООО «АВТОРАМ» - правообладателя оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549. То есть, как справедливо указано в возражении, правообладатель не мог не знать о наличии в гражданском обороте соответствующих свечей зажигания под противопоставленным товарным знаком по свидетельству №32620.





Необходимо отметить, что информация о свечах зажигания, сопровождаемых противопоставленным товарным знаком по свидетельству №32620, была широко представлена в различных средствах массовой информации (приложения 7, 11, 12), в том числе упоминалась и история возникновения соответствующего предприятия в г. Энгельск, его продажа немецкому концерну Bosch, который долгое время осуществлял продвижение соответствующей продукции (приложения 1 - 4, 7, 8, 11 - 14), а затем возвращение российских активов в 2022 году и переименовании владельца товарного знака в Общество с ограниченной ответственностью «Энгельс Свечи Зажигания» (приложения 7, 9).

В свете изложенного можно говорить о том, что противопоставленный товарный знак по свидетельству №32620 хорошо знаком российскому потребителю свечей зажигания.

В свою очередь, оспариваемый товарный знак по свидетельству №898549, как установлено выше, во-первых, сходен до степени смешения с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №898549, а, во-вторых, фактически используется для сопровождения однородной продукции – свечей зажигания.

Исходя из результатов социологического исследования (приложение 10), представленного лицом, подавшим возражение, на дату его проведения и ретроспективно значительная часть опрошенных респондентов (39% и 36%) посчитали, что товарные знаки по свидетельствам №898549 и №32620 принадлежат одной или связанным друг с другом компаниям.

В свою очередь представленное лицом, подавшим возражение, социологическое исследование, в котором исследовались обозначения, фактически присутствующие в гражданском обороте (приложение 6), показало, что значительная часть потребителей как на дату опроса, так и ретроспективно, полагает, что товары под обозначениями

«» и «» (45% и 48), «» и «» (57% и 61%) производятся одним или связанными друг с другом производителями. Кроме того, более трети респондентов как на дату опроса, так и ретроспективно полагают, что

продукция под обозначениями «» и «» принадлежит ООО «Энгельс Свечи Зажигания».

Коллегия также приняла во внимание социологический опрос (приложение 15), представленный правообладателем, и усматривает в нем ряд несоответствий, касающихся вывода о вероятности возникновения не соответствующих действительности представлений относительно правообладателей сравниваемых товарных знаков по свидетельствам №898549 и №32620. Так, исходя из полученных результатов социологического исследования правообладателя, 62% и 71% опрошенных респондентов как на дату опроса, так и ретроспективно полагают, что сравниваемые товарные знаки принадлежат разным производителям.

Вместе с тем, как справедливо отметило лицо, подавшее возражение, опрошенным респондентам не предлагался такой вариант ответа, как принадлежность сравниваемых товарных знаков связанным друг с другом компаниям, что могло существенно повлиять на результаты исследования. Тем не

менее, треть опрошенных респондентов (32%) связывает товарный знак по свидетельству №32620 с ООО «Энгельс Свечи Зажигания».

Кроме того, респондентов просили ответить на вопрос, с какой из предложенных компаний ассоциируется товарный знак по свидетельству №32620, однако аналогичного вопроса в отношении оспариваемого товарного знака по свидетельству №898549 не задавалось. Кроме того, среди вариантов ответа относительно компании-правообладателя товарного знака по свидетельству №32620 опрошенным респондентам не был предложен вариант наименования его предыдущего владельца, которым он долгое время использовался.

Коллегия в силу отсутствия у нее компетенции по выявлению каких-либо нарушений в области методологии подобных исследований или в части достоверности полученных результатов, руководствуется сложившимися правовыми подходами, приведенными в Информационной справке о выявлении методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков, утвержденной постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 №СП-21/15 (далее - Информационная справка).

Так, в пункте 2.3. Информационной справки отмечается, что для выявления неправильных вопросов следует учитывать, что в вопросах могут быть использованы различные психологические методики манипулирования мнением. В данном случае усматривается манипулятивный характер вопросов, положенных в основу проведенного социологического исследования правообладателя, что нивелирует его значение в качестве доказательства в рамках рассмотрения настоящего возражения.

Между тем, вышеприведенные результаты опросов общественного мнения лица, подавшего возражение, свидетельствуют о том, что у значительной части потребителей, процентное количество которых превышает пороговое значение в 20%, оценивает оспариваемый товарный знак по свидетельству №898549 как связанный с правообладателем противопоставленного товарного знака по свидетельству №32620. Следовательно, проведенные лицом, подавшим возражение, социологические исследования фиксируют факт того, что оспариваемый товарный знак по свидетельству

№898549 способен вызывать не соответствующие действительности представления о его правообладателе, в том числе на дату его приоритета.

Также следует констатировать, что лицом, подавшим возражение, представлена информация о фактическом введении потребителей в заблуждение относительно производителя свечей зажигания под обозначением, включающим элементы «33 LEVEL» (приложение 7).

При этом наличие у правообладателя соответствующей награды, полученной в 2023 году (приложение 22), не устраняет вышеуказанное мнение ряда потребителей.

Учитывая все вышеназванные обстоятельства дела в совокупности, коллегия полагает, что довод возражения о способности оспариваемого товарного знака вызывать у потребителя не соответствующие действительности представления и вводить его в заблуждение относительно изготовителя товара по смыслу требований, изложенных в подпункте 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, следует признать убедительным.

В силу изложенного есть основания для вывода о несоответствии товарного знака по свидетельству №898549 требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 и подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса в отношении всех товаров 07 класса МКТУ, следовательно, его правовая охрана подлежит прекращению.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 26.10.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №898549 недействительным полностью.**