

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

**Экспертной комиссии о результатах рассмотрения возражения заявления,
поданного в Федеральную службу по интеллектуальной
собственности**

Экспертная комиссия рассмотрела заявление, поступившее 14.12.2011, о признании комбинированного обозначения со словесным элементом «В контакте» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.12.2011 на имя Общества с ограниченной ответственностью «В Контакте» (далее – заявитель), в отношении услуг 35 класса МКТУ: поиск, сбор и систематизация информации в компьютерных файлах и базах данных для третьих лиц, реклама интерактивная в компьютерной сети, услуг 38 класса МКТУ: обеспечение дискуссионными формами в Интернете, передача сообщений и изображений с использованием компьютера, телеконференции (Интернет), услуг 41 класса МКТУ: обеспечение интерактивное игрой [через компьютерную сеть]; организация досугов, в том числе общения, с использованием Интернета.

В корреспонденции от 16.05.2012 заявитель уточнил перечень услуг, для которых им испрашивается признание обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, сформулировав его следующим образом:

35 класс МКТУ - поиск, сбор и систематизация информации в компьютерных файлах и базах данных для третьих лиц, реклама интерактивная в компьютерной сети;

38 класс МКТУ - обеспечение дискуссионными форумами в Интернете, передача сообщений и изображений с использованием компьютера, услуги телеконференций;

41 класс МКТУ - обеспечение интерактивное игрой [через компьютерную сеть]; организация досугов, в том числе общения, с использованием Интернета.

Заявляемое на регистрацию в качестве общеизвестного товарного знака обозначение является комбинированным и представляет собой прямоугольник сине-

голубого цвета с закругленными углами. В левой части прямоугольника размещена буква «В» голубого цвета, выполненная на фоне квадрата белого цвета. Справа от буквы «В» стандартным жирным шрифтом буквами русского алфавита белого цвета выполнено слово «контакте».

Для подтверждения общеизвестности данного обозначения заявителем были представлены следующие документы:

- изображение обозначения [1];
- копия свидетельства о регистрации ООО «В Контакте» [2];
- копия Интернет страниц, касающихся определения понятия «социальная сеть» [3];
- копия Интернет страницы о регистрация доменного имени [4];
- копия выписки из ЕГРЮЛ [5];
- бухгалтерская справка №1014 от ООО «В Контакте» (расходы) [6];
- доверенность на имя Перекопского Ильи Евгеньевича [7];
- копия страницы из сети Интернет «История создания социальной сети В КОНТАКТЕ» [8];
- свидетельство на товарный знак № 359761 [9];
- свидетельство о регистрации программы ЭВМ № 2008714766 «В КОНТАКТЕ» [10];
- отчет ВЦИОМ [11];
- справка №1016 от ООО «В Контакте» о количестве зарегистрированных пользователей, показов страниц, поисковых запросов социальной сети [12];
- приложения ТНС Гэллап Медиа [13];
- графики численности и посещения социальной сети В КОНТАКТЕ [14];
- скриншоты страниц Интернет СМИ [15];
- копия Интернет статей СМИ [16];
- копии статей - печатные издания [17];
- справка № 1020 о мобильных приложениях социальной сети В КОНТАКТЕ с иллюстрациями [18];
- справка о Виджетах с Приложением [19];

- персональные страницы регионов [20];
- копия страниц словаря «Современный словарь иностранных слов» [21];
- копии статей Интернет рейтинги [22];
- персональные страницы известных людей [23];
- перечень Интернет статей о Д. А. Медведеве [24];
- персональные официальные страницы сообществ [25];
- персоналии поиск в сети В КОНТАКТЕ [26];
- Интернет СМИ о группах В КОНТАКТЕ [27];
- справка № 1018 от ООО «В Контакте» о количестве зарегистрированных групп социальной сети [28];
- информация о различных спортивных партнерских проектах [29];
- информация о партнерских и спонсорских проектах [30];
- информация о проекте Интэрра [31];
- информация о проекте Образовательный Центр Дом Бенуа [32];
- информация о проекте Санкт-Петербургская федерация дебатов [33];
- информация о музыкальном конкурсе «МузАртерия» [34];
- презентация «Рекламные возможности В КОНТАКТЕ» [35];
- презентация «Vkontakte application promotion» [36];
- презентация «Реклама В КОНТАКТЕ» [37];
- договоры (рекламные) [38];
- видео диски Партнерские и спортивные программы, СМИ о «В КОНТАКТЕ» [39];
- Интернет СМИ о рекламе В КОНТАКТЕ [40];
- бухгалтерская справка №1013 от ООО «В Контакте» (доходы) [41];
- справка о постановке на учет в налоговом органе в качестве крупнейшего налогоплательщика [42];
- справка № 1015 от ООО «В Контакте» об оборудовании [43];
- договоры об оборудовании и телекоммуникации [44];
- справка №1017 от ООО «В Контакте» о количестве переданных сообщений, аудио, фото и видео обмене [45];

- Интернет СМИ о возможности файлообмена [46];
- страничка Санкт - Петербургской коллегии патентных поверенных [47];
- Статья Мордвинова [48];
- справка № 1021 от ООО «В Контакте» об игровых Приложениях с иллюстрациями [49];
- Интернет СМИ об Игровых и иных Приложениях [50];
- брошюры, листовки [51];
- копия Интернет-страницы «Чат – Википедия» [52];
- копия Интернет-страницы «Форум (мероприятие) – Википедия» [53];
- копия Интернет-страницы «Веб-форум – Википедия» [54];
- копия Интернет-страницы на сайте социальной сети В Контакте форум «Поправки в Закон «О патентных поверенных» [55];
- копия Интернет-страницы «Телеконференция - это групповые дискуссии» [56];
- копия Информационного письма № 2 от 23.12.2011 Федеральной службы по интеллектуальной собственности [57];
- копия Интернет-страницы «Использование сервиса Вконтакте.Ру для раскрутки сайтов» 2007 [58];
- копия Интернет-страницы «В КОНТАКТЕ продадут за \$ 2,5 миллиона?» 2007 год [59];
- копия Интернет-страницы «ComputerBild.RU Языковая экспансия», 2008 год [60];
- копия Интернет-страницы «Реклама вошла в контакт», 2008 год [61];
- копия Интернет-страницы «Успешный баннер. CTR первой рекламы «В КОНТАКТЕ» достиг 3%» 2008 год [62];
- копия Интернет-страницы на сайте www.vkontakte.ru «О сайте» [63];
- копия Интернет-страницы «В КОНТАКТЕ – Википедия» [64];
- копия Интернет-страницы «Кража, которой не было» [65];
- копия Интернет-страницы с сайта Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам [66];

- копия Интернет-страницы «Что такое мой мир?» [67];
- копия документа от ЗАО «РСИЦ» [68].

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты его подачи, включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883, пересмотренную в Брюсселе 14.12.1900, в Гааге 06.11.1925, в Лондоне 02.06.1934, в Лиссабоне 31.10.1958 и Стокгольме 14.07.1967 и измененную 02.10.1990 (далее – Парижская конвенция), четвертую часть Гражданского кодекса Российской Федерации, введенную Федеральным законом от 18.12.2006 № 231-ФЗ (далее – Кодекс), Правила признания товарного знака общеизвестным в Российской Федерации, утвержденные Приказом Роспатента от 17.03.2000 № 38, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.05.2000 за № 2231, с изменениями и дополнениями, внесенными приказом Роспатента от 05.03.2004 № 33 (далее – Правила ОИ).

В соответствии со статьей 6 bis (1) Парижской конвенции по решению компетентного органа страны регистрации или страны применения товарного знака он может быть признан в этой стране общеизвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами данной конвенции.

Согласно требованиям, установленным пунктом 1 статьи 1508 Кодекса, по заявлению лица, считающего используемое им в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности такое обозначение может быть признано общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если это обозначение в результате интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

В соответствии с пунктом 2.2 Правил ОИ фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака, которые должны содержаться в заявлении согласно пункту 2.5 Правил ОИ, могут быть представлены, например, следующими сведениями, содержащимися в соответствующих документах: об

интенсивном использовании товарного знака на территории Российской Федерации; о странах, в которых товарный знак приобрел широкую известность; о произведенных затратах на рекламу товарного знака; о стоимости (ценности) товарного знака; о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака.

При анализе описанного выше комбинированного обозначения со словесным элементом «В КОНТАКТЕ» на предмет возможности признания его с 01.12.2011 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком на имя ООО «В Контакте» в отношении услуг 35 класса МКТУ «поиск, сбор и систематизация информации в компьютерных файлах и базах данных для третьих лиц, реклама интерактивная в компьютерной сети», услуг 38 класса МКТУ «обеспечение дискуссионными форумами в Интернете, передача сообщений и изображений с использованием компьютера, услуги телеконференций», услуг 41 класса МКТУ «обеспечение интерактивное игрой [через компьютерную сеть]; организация досугов, в том числе общения, с использованием Интернета», установлено следующее.

Из документов [4, 68] усматривается, что ООО «В Контакте» с 01.02.2007 является администратором доменного имени VKONTAKTE.RU, которое идентифицирует в сети Интернет веб-сайт социальной сети.

Под социальной сетью (от [англ.](#) social networking service – социально-сетевая услуга) понимается – платформа, онлайн сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений. Веб-сайт социальной сети предоставляет его пользователям возможность осуществлять общение, обмен информацией, а также ряд различных дополнительных опций (услуг) посредством сети Интернет [3].

Рассматриваемое комбинированное обозначение со словесным элементом «В КОНТАКТЕ», заявитель начал использовать на своем веб-сайте с декабря 2007 года [59]. Данное обозначение обнаруживается при нажатии на опцию «о Сайте», расположенную внизу каждой страницы, а также на каждой странице сайта в виде верхней полосы [63].

Необходимо отметить, что все сайты социальных сетей имеют общее дизайнерское решение в виде верхней цветной полосы и размещенных на её фоне названия сайта в левой части полосы и функциональных элементов в виде меню и поискового окна [65]. Такое же расположение элементов прослеживается и на сайте заявителя, при этом удлинение прямоугольника, выступающего фоном для словесной части «В КОНТАКТЕ» и функциональных клавиш сайта, не изменяет существа восприятия знака.

Согласно справке [12] на ноябрь 2011 года количество зарегистрированных пользователей социальной сети «В контакте» составило 108 500 000 человек. Экспертной комиссией также учитывалось, что специфика сайта социальной сети подразумевает многократное его посещение. Так, среднее число показов страниц в 2009 году составило - 1 591 666 383 показов, в 2010 году – 2 165 407 202, а за январь-ноябрь 2011 года – 2 057 698 177 показов. Пользователями данной социальной сети являются представители различных стран, в частности, России (более 73 000 000 человек), Украины (более 21 000 000 человек), Эстонии (более 300 000 человек), Германии (более 400 000 человек), Великобритании (более 200 000 человек).

Свои персональные страницы в сети «В КОНТАКТЕ» имеют не только рядовые граждане, но и известные люди России (Никита Михалков, Тина Канделаки, Михаил Прохоров, Юрий Шевчук и др. [23, 24]), а также созданы официальные сообщества различных организаций (Сбербанк, МТС, НТВ, Российская газета, Ростелеком, Фонд Сколково и др. [25]) и официальные страницы органов власти различных субъектов Российской Федерации [20].

По данным измерителя трафика Alexa.com VKONTAKTE.RU в январе 2007 года вошел в число 50 наиболее быстро растущих сайтов Интернета, а к январю 2008 года стал одним из лидеров в России, уступив первенство поисковой системе Mail.ru [9]. Согласно медиа-рейтингам различных Интернет СМИ [23], социальная сеть «В КОНТАКТЕ» за период 2008 - 2011 гг. являлась одной из крупнейших и популярных социальных сетей России. Рост популярности сайта VKONTAKTE.RU

подтверждается результатами исследования, проведенного ЗАО «ТНС ГЭЛЛАП МЕДИА» [15].

В различных СМИ представлено значительное количество публикаций, посвященных ООО «В Контакте», как владельцу социальной сети «В КОНТАКТЕ» [16, 17, 22, 27]. Реклама данной социальной сети за пределами сайта VKONTAKTE.RU проходила в рамках различных партнерских или спонсорских проектов (молодежных форумов, фестивалей, спортивных мероприятиях) [29-37], на которых обозначение «В контакте» презентовалось на баннерах, листовках, брошюрах.

Сайт «В Контакте» помимо предоставления услуг его пользователям по созданию собственной информационной страницы, сбору и систематизации информации о других пользователях сети, проведению дискуссий по актуальным темам, пересылки сообщений (файлов) [12, 18, 19, 43], используется также в качестве рекламной площадки. Реклама, в основном, размещается на персональных страницах пользователей или групп, а также в игровых приложениях. За размещение рекламы третьих лиц заявитель получает значительные доходы, в связи с чем, с августа 2011 года ООО «В Контакте» поставлено на учет в налоговом органе в качестве крупнейшего налогоплательщика [38, 41, 42].

Всероссийский Центр Изучения Общественного Мнения (далее - ВЦИОМ) в ноябре 2011 года провел социологический опрос населения на предмет определения уровня известности заявленного обозначения [11].

В соответствии с результатами опроса абсолютному большинству опрошенных респондентов (93,1%) продемонстрированное обозначение, соответствующее заявленному комбинированному обозначению со словесным элементом «В контакте», знакомо, при этом 40,3% респондентов впервые узнали об обозначении 2-3 года назад (в 2009-2008 гг.), а треть (33,4%) - 4-5 лет назад (в 2007-2006 гг.) [11].

Отвечая на вопрос о владельце обозначения «В КОНТАКТЕ», большинство респондентов 78,4% правильно посчитали, что правообладателем знака «В КОНТАКТЕ» является ООО «В Контакте».

Отвечая на открытый вопрос (без предложенных вариантов) об ассоциировании знака «В КОНТАКТЕ», 34,2% респондентов полагает, что рассматриваемое обозначение используется в сфере общения и знакомства с людьми, 31,5% считает, что оно идентифицирует социальную сеть, а 24,6% - интернет-сайт.

Большинство респондентов (84,4%) при ответе на закрытый вопрос относительно сферы применения обозначения (с предложенными вариантами ответа) точно определили, что обозначение «В КОНТАКТЕ» применяется для обозначения услуг по организации общения в сети Интернет.

При ответе на открытый вопрос относительно сферы применения обозначения, 49,7% респондентов, считает что его используют для общения, знакомства с людьми, 17,6% - для обозначения интернет-сайта, социальной сети, 13,7% - для прослушивания музыки, просмотра и скачивания фото и видео, 12% - для обмена информацией, передачи сообщений, 7,1% - для рекламы.

Принимая во внимание изложенные выше фактические обстоятельства, Экспертная комиссия пришла к выводу об общеизвестности заявленного обозначения на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ «поиск, сбор и систематизация информации в компьютерных файлах и базах данных для третьих лиц, реклама интерактивная в компьютерной сети», услуг 38 класса МКТУ «обеспечение дискуссионными форумами в Интернете, передача сообщений и изображений с использованием компьютера», услуг 41 класса МКТУ «организация досугов, а именно, общения с использованием Интернета».

Необходимо отметить, что приведенная в заявлении формулировка услуги 41 класса МКТУ «организация досугов, в том числе общения с использованием Интернета» подразумевает организацию заявителем досугов различного вида, однако представленные документы свидетельствуют о том, что заявитель организовывал досуг исключительно посредством сайта Интернет сети, в связи с чем Экспертная комиссия внесла корректировку в её формулировку («организация досугов, а именно, общения с использованием Интернета»).

Что касается услуг телеконференций (38 класс МКТУ) и услуг по обеспечению интерактивной игрой [через компьютерную сеть] (41 класс МКТУ), для которых

также испрашивается признание обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, то результаты социологического опроса [11] показывают, что респонденты никаким образом не ассоциируют рассматриваемое обозначение с услугами телеконференций и лишь незначительная часть респондентов (4,4 %) считает, что это обозначение связано с играми.

В качестве обоснования своей позиции относительно услуг телеконференций заявитель ссылается на «Справку о количестве переданных сообщений, аудио, фото и видеообмене» [45], однако эти данные относятся непосредственно к заявленным услугам 38 класса МКТУ по передаче сообщений и изображений с использованием компьютера, в отношении которых обозначение признается общеизвестным.

Таким образом, представленные заявителем документы не содержат количественных показателей предоставления именно услуг телеконференций, поскольку участники телеконференций должны иметь возможность в реальном времени не только осуществлять обмен файлами и изображениями, но и вести речевой диалог.

Исходя из указанного, Экспертная комиссия полагает, что представленные заявителем фактические данные не позволяют признать комбинированное обозначение со словесным элементом «В КОНТАКТЕ» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении услуг 38 класса МКТУ «услуги телеконференций» и услуг 41 класса МКТУ «обеспечение интерактивной игрой [через компьютерную сеть]».

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

удовлетворить заявление от 14.12.2011 и признать с 01.12.2011 комбинированное обозначение со словесным элементом «В КОНТАКТЕ» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении услуг 35 класса МКТУ «поиск, сбор и систематизация информации в компьютерных файлах и базах данных для третьих лиц, реклама интерактивная в компьютерной сети», услуг 38 класса МКТУ «обеспечение дискуссионными

форумами в Інтернеті, передача повідомлень і зображень з використанням комп'ютера», послуг 41 класу МКТУ «організація дозвілля, а саме, спілкування з використанням Інтернету».