


ЗАКЛЮЧЕНИЕ

коллегии по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации», и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003, регистрационный № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 24.12.2019 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 527323, поданное Adidas AG, Германия (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.




Регистрация оспариваемого товарного знака «  » с приоритетом от 20.08.2013 по заявке № 2013728503 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 20.11.2014 за № 527323. Товарный знак зарегистрирован на имя Общества с ограниченной ответственностью «Комфорт», Москва (далее – правообладатель), в отношении товаров 25 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 24.12.2019, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 527323 произведена в нарушение

требований, установленных пунктами 3 (1), 6 (2,3) статьи 1483 части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие Федеральным законом Российской Федерации от 18.12.2006 № 231-ФЗ (далее – Кодекс).

Возражение основано на доводах о том, что оспариваемый товарный знак



«  » по свидетельству № 527323 сходен до степени смешения с товарными знаками лица, подавшего возражение, в том числе, со знаком, признанным общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, а также вводит потребителей в заблуждение относительно действительного источника происхождения товаров.


В качестве обоснования несоответствия оспариваемой регистрации пункту 6

(2) статьи 1483 Кодекса приводятся сведения о знаках «  », «  »,  

« **adidas** » и « **SUPERSTAR** » по международным регистрациям №№ 469145, 836756, 469033, 1005178, зарегистрированных, в том числе, в отношении товаров 25 класса МКТУ. При этом отмечается, что доминирующий изобразительный элемент оспариваемого товарного знака является сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками, поскольку также представляет собой изображение трилистника, заостренные листья которого обращены вверх, а нижняя часть рассечена горизонтальной белой полосой.

По мнению лица, подавшего возражение, словесный элемент «ВОСКРЕСЕНЬЕ»



не является доминирующим элементом оспариваемого товарного знака «  » ввиду отсутствия расстояния между буквами, их тонкого контура и выполнения курсивом, поскольку эти обстоятельства затрудняют восприятие словесного элемента и концентрируют внимание на изобразительном элементе. При этом в возражении сообщается, что Фондом содействия изучению общественного мнения «ВЦИОМ» в декабре 2019 года проводилось исследование (далее – Исследование ВЦИОМ) среди 1500 респондентов, которое показало, что 73 % опрошенных считают, что именно

изобразительный элемент в виде трилистника является доминирующим элементом оспариваемого товарного знака. Дополнительно лицо, подавшее возражение, поясняет, что судебной практикой подтверждается возможность признания доминирующей роли изобразительного элемента в товарном знаке (например, постановления Суда по интеллектуальным правам по делам №№ СИП-28/2017, СИП-397/2017, СИП-344/2017, СИП-57/2018, СИП-143/2019).

Кроме того, в возражении приведен довод о сходстве сравниваемых товарных знаков по общему зрительному впечатлению, учет которого предусмотрен сложившейся практикой, отраженной, в частности в постановлении Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 17.04.2012 № 16577/11 и в пункте 37 «Обзора судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав», утвержденного Президиумом Верховного суда Российской Федерации 23.09.2015.


В возражении исследован вопрос однородности товаров 25 класса МКТУ, указанных в перечнях сравниваемых регистраций, а также приведены ссылки на судебную практику по вопросу оценки степени смешения обозначений при условии высокой степени однородности товаров, для маркировки которых они предназначены (в частности указаны пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление ВС РФ № 10), решения и постановления Суда по интеллектуальным правам по делам №№ СИП-564/2019, СИП-601/2018, СИП-21/2019, СИП-445/2018).

Лицо, подавшее возражение, отмечает, что противопоставленные товарные знаки образуют серию товарных знаков одного лица, объединенных общим изобразительным элементом в виде трилистника, включающих разные словесные элементы (например, «adidas», «superstar»), наряду с указанным графическим элементом. При этом в возражении поясняется, что наличие серии товарных знаков усугубляет вероятность смешения оспариваемого и противопоставленных товарных знаков (приведена судебная практика, в частности, ссылки на рассмотренные Судом по интеллектуальным правам дела №№ СИП-564/2019, СИП-324/2018, а также на



постановления Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 18.07.2006 № 3691/06, от 18.06.2013 № 2050/13).

В качестве обоснования несоответствия оспариваемой регистрации требованиям, предусмотренным пунктом 6 (3) статьи 1483 Кодекса, в возражении указан



общеизвестный товарный знак «» по свидетельству № 122 (дата, с которой товарный знак признан общеизвестным: 01.01.2009). При этом данный довод дополнен результатами Исследования ВЦИОМ, согласно которым около 60 % респондентов указали, что продукция, маркируемая оспариваемым товарным знаком, выпускается лицом, подавшим возражение; причем 86 % респондентов объяснили свой ответ о принадлежности оспариваемого товарного знака лицу, подавшему возражение, сходством оспариваемого товарного знака с трилистником, используемым лицом, подавшим возражение; 73 % всех опрошенных отмечают сходство оспариваемого



товарного знака «» с общеизвестным товарным знаком «»; около половины опрошенных (46 %) допускают возможность перепутать товары, маркированные оспариваемым товарным знаком и общеизвестным товарным знаком; 72 % считают оспариваемый товарный знак имитацией логотипа в форме трилистника, используемого лицом, подавшим возражение. Дополнительно, лицом, подавшим возражение, приведена судебная практика, согласно которой результаты социологических исследований могут быть учтены при оценке угрозы смешения товарных знаков (приведена ссылка на постановление Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 18.07.2006 № 3691/06, а также на акты Суда по интеллектуальным правам по делам №№ СИП-171/2016, СИП-73/2017).

В качестве обоснования несоответствия оспариваемого товарного знака пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса в возражении отмечается, что респонденты, принимавшие участие в Исследовании ВЦИОМ, оказались способными быть введены в заблуждение, поскольку могли бы перепутать продукцию, маркируемую оспариваемым товарным знаком, с продукцией лица, подавшего возражение.

Также в возражении указано, что продукция Adidas AG хорошо известна как российским потребителям, так и потребителям во всем мире, Adidas AG является производителем одежды, обуви, головных уборов, аксессуаров и спортивного инвентаря, Adidas AG присутствует на мировом рынке одежды, обуви и головных уборов на протяжении почти 100 лет (с 1924 года). Обозначение в форме трилистника впервые стало использоваться лицом, подавшим возражение, во время проведения Олимпийских игр 1972 года. Трилистник представляет собой символическое изображение лаврового венка, вручаемого победителям Олимпийских игр, а также единения трех континентов. В России продукция, маркированная противопоставленными товарными знаками, стала известна в 1972 году – Олимпийская команда СССР впервые была экипирована формой Adidas AG. С тех пор продукция лица, подавшего возражение, пользуется большой популярностью среди российских потребителей. В 1992 году лицо, подавшее возражение, открыло представительство в Москве, основной задачей которого было активное продвижение товаров на российском рынке. С сентября 2008 года лицо, подавшее возражение, подписало долгосрочный контракт с Российским футбольным союзом. В этом же году Adidas AG стала официальным партнером сборной России по футболу. С 2001 года противопоставленные товарные знаки активно используются эксклюзивно для линии «adidas Originals». На текущий момент в России работают более 350 фирменных магазинов «adidas», а также сеть дистрибьюторов (среди которых «ЦУМ», «Рандеву», «lamoda.ru», «OZON.ru», «WildBerries.ru», «ZENDEN», «Спортмастер», «Сникерхед»). Совокупная выручка лица, подавшего возражение, например, в 2018 году от продаж в России линии «adidas Originals» (то есть товаров, на которых используются противопоставленные товарные знаки) составила примерно 4 970 000 000 рублей (более 71 000 000 евро). За год в рекламу товаров линии «adidas Originals» в России инвестируется примерно 3 000 000 евро (около 210 000 000 рублей). Ежедневная посещаемость официального сайта Adidas AG в России «www.adidas.ru» составляет в среднем 986 483 пользователей в день, а годовое количество посещений сайта составляет около 355 133 952 раз. Согласно результатам Исследования ВЦИОМ, большинству (83 %) респондентов знакомо обозначение трилистника

противопоставленных товарных знаков. Более того, около 66 % респондентов приобретали товары, маркированные противопоставленными товарными знаками.

По мнению лица, подавшего возражение, обувь, одежда и головные уборы, маркированные оспариваемым товарным знаком, могут ошибочно восприниматься как товары, произведенные лицом, подавшим возражение, поскольку потребители привыкли к тому, что изображение трилистника на противопоставленных товарных знаках может комбинироваться с различными словесными элементами. Указанным с учетом судебной практики (приведены ссылки на акты Суда по интеллектуальным правам по делам №№ СИП-539/2017, СИП-672/2019) обосновывается несоответствие оспариваемого товарного знака пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса. Также в возражении отмечается неосмотрительность выбора правообладателем оспариваемого обозначения (выводы сделаны на основе исследования судебных споров, рассмотренных арбитражными судами).

В отношении заинтересованности в возражении отмечено, что подача возражения является реализацией права лица, подавшего возражение, на защиту принадлежащего ему исключительного права на противопоставленные товарные знаки.



На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 527323 недействительным полностью.

К возражению приложены следующие материалы:

1. распечатка сведений о товарном знаке по свидетельству № 527323, копия заявки № 2013728503;

2. распечатки сведений о знаках по международным регистрациям №№ 836756, 469145, 469033, 1005178 с переводом на русский язык;

3. копия отчета по результатам Исследования ВЦИОМ «Мнение респондентов

относительно сходства/различия обозначения «  » и обозначения «  », а также о возможности перепутать товары под тестируемыми обозначениями», 2019 г.;

4. таблица – сведения о товарах 25 класса МКТУ, указанных в сравниваемых регистрациях;

5. распечатки из сети Интернет – информация о лице, подавшем возражение;

6. информация о статистике посещения сайта www.adidas.ru;

7. копия аффиавита с приложением сведений из сети Интернет, с переводом на русский язык;

8. распечатки из сети Интернет – фотографии продукции, маркированной оспариваемым товарным знаком, и фотографии продукции лица, подавшего возражение.

В адрес правообладателя, указанный в Госреестре (109548, Москва, ул. Гурьянова, 4, корп. 2, ООО «Комфорт»), в порядке, установленном пунктом 3.1 Правил ППС, было направлено уведомление о поступившем возражении и о дате заседания коллегии по его рассмотрению, назначенной на 26.02.2020. Указанная корреспонденция по истечении месяца ожидания получения была возвращена почтой (идентификатор 12599340586794).

В адрес для переписки также было направлено письмо с сообщением о дате и времени рассмотрения возражения на заседании коллегии. Данное сообщение также было возвращено почтой (105082, Москва, Почтовая М. ул., 5/12, кв. 105, Гу Цзюнь) согласно сведениям о почтовом отправлении (идентификатор 12599340586145).

Направив материалы возражения и сведения о дате и времени заседания по имеющимся в Госреестре адресам, коллегия исчерпала свои возможности по уведомлению правообладателя.

Согласно пункту 4.3 Правил ППС неявка любого лица, имеющего право участвовать в рассмотрении дела и уведомленного о дате и месте проведения заседания коллегии, не может явиться препятствием к рассмотрению дела.

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

С учетом даты (20.08.2013) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс (без учета изменений, внесенных Федеральным законом Российской Федерации от 12.03.2014

№ 35-ФЗ, вступивших в силу 01.10.2014) и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003 № 32, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, за № 4322 (далее – Правила).

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

Согласно пункту 2.5.1 Правил к ложным или способным ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

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

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

1) товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана или не признана отозванной;

2) 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;

3) товарными знаками других лиц, признанными в установленном порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров.

Согласно пункту 14.4.2 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 14.4.2.4 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, приведенные в пунктах 14.4.2.2, 14.4.2.3 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Согласно пункту 14.4.2.2 Правил сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим), перечисленным в подпунктах (а) – (в) пункта 14.4.2.2 Правил.

Признаки, перечисленные в подпунктах (а) – (в) пункта 14.4.2.2 Правил, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (подпункт (г) пункта 14.4.2.2 Правил).

Согласно пункту 14.4.2.3 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: внешняя форма; наличие или отсутствие симметрии; смысловое значение; вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и т.д.); сочетание цветов и тонов.

Перечисленные признаки могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.


Согласно пункту 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю.


Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.



Мотивы возражения о несоответствии оспариваемой регистрации требованиям пунктов 3 (1) и 6 (2, 3) статьи 1483 Кодекса основаны на исключительном праве лица, подавшего возражение, на товарные знаки, включающие изобразительный в виде трилистника с заостренными концами по международным регистрациям №№ 836756, 469145, 469033, 1005178, а также праве на общеизвестный товарный

знак «  » по свидетельству № 122.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 527323 представляет собой

комбинированное обозначение «  », имеющее форму трилистника с заостренными, направленными кверху концами, в нижней части которого имеется полоса с нанесенным на нее словесным элементом «ВОСКРЕСЕНЬЕ», выполненным буквами русского алфавита курсивом. Правовая охрана товарного знака действует в отношении товаров «одежда, обувь, головные уборы» 25 класса МКТУ.

Противопоставленный общеизвестный товарный знак «  » по свидетельству № 122 представляет собой изобразительное обозначение, имеющее форму трилистника с заостренными, направленными кверху концами, нижняя часть которого имеет три параллельные белые полосы. Общеизвестный товарный знак действует в отношении товаров 16 класса МКТУ – «спортивные сумки» и товаров 25 класса МКТУ – «спортивная обувь, спортивная одежда».

Противопоставленные знаки «  » и «  » по международным регистрациям №№ 836756 и 469145 представляют собой изобразительные обозначения в виде трилистника с заостренными, направленными кверху концами, нижняя часть которого имеет три параллельные белые полосы. Правовая охрана знака по международной регистрации № 836756 (конвенционный приоритет от 05.01.2004, срок действия продлен до 25.06.2024) действует в Российской Федерации в отношении товаров 09, 14, 18, 25 и 28 классов МКТУ. Правовая охрана

знака по международной регистрации № 469145 (дата международной регистрации: 03.04.1982, срок действия продлен до 03.04.2022) действует в Российской Федерации в отношении товаров 16, 18, 24, 25, 28 классов МКТУ.



Противопоставленный знак «**adidas**» по международной регистрации № 469033 представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из изобразительного элемента в форме трилистника с заостренными, направленными кверху концами и горизонтальными полосами в нижней части, а также словесного элемента «adidas», выполненного строчными буквами латинского алфавита и размещенного под изобразительным элементом. Правовая охрана знака по международной регистрации № 469033 (дата международной регистрации: 03.04.1982, срок действия продлен до 03.04.2022) действует в Российской Федерации в отношении товаров 25 класса МКТУ.



Противопоставленный знак «**SUPERSTAR**» по международной регистрации № 1005178 представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из изобразительного элемента в форме трилистника с заостренными, направленными кверху концами и горизонтальными полосами в нижней части, а также словесного элемента «SUPERSTAR», выполненного заглавными буквами латинского алфавита и размещенного под изобразительным элементом. Правовая охрана знака по международной регистрации № 1005178 (конвенционный приоритет от 06.02.2009, срок действия продлен до 27.05.2029) действует в Российской Федерации в отношении товаров 25 класса МКТУ.

Анализ соответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Согласно сведениям МБ ВОИС владельцем знака по международной регистрации № 1005178 является Adidas International Marketing B.V., Нидерланды.

Таким образом, лицо, подавшее возражение (Adidas AG, Германия), не является правообладателем одного из противопоставленных им объектов прав. В

этой связи лицо, подавшее возражение, не является лицом, чьи права на знак по международной регистрации № 1005178 могут быть затронуты регистрацией оспариваемого товарного знака, и, следовательно, не может быть признано заинтересованным лицом в этой части.


С учетом изложенного, при рассмотрении возражения, поступившего 24.12.2019, проведен сравнительный анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству № 527323 и общеизвестного товарного знака по свидетельству № 122, знаков по международным регистрациям №№ 836756, 469145 и 469033, владельцем которых является одно и то же лицо, а именно Adidas AG, Германия.

Сравнительный анализ показал следующее.


Индивидуализирующую нагрузку в знаках по международным регистрациям №№ 836756 и 469145, а также в общеизвестном товарном знаке по свидетельству № 122 несет графический элемент в виде трилистника с заостренными концами. Роль графического элемента в виде трилистника в противопоставленном знаке



«adidas» по международной регистрации № 469033 также следует признать существенной из-за его пространственного доминирования и сильной различительной способности, которая подтверждена свидетельством № 122 на

общеизвестный товарный знак «». Таким образом, указанные противопоставленные знаки представляют собой серию знаков, объединенную графическим элементом в виде трилистника с заостренными, направленными кверху концами.




Поскольку оспариваемый товарный знак «» по свидетельству № 527323 является комбинированным, то, руководствуясь пунктом 14.4.2.4 Правил, для сравнения его с противопоставленными товарными знаками необходимо установить, какие именно элементы сравниваемых обозначений сходны/не сходны, какова роль того или иного сходного элемента в комбинированном обозначении.

Степень важности изобразительного элемента в комбинированном обозначении зависит от того, насколько этот элемент оригинален, каковы его

размеры и пространственное положение относительно словесного элемента, а также степень связанности его с композицией всего обозначения. Перечисленные факторы могут учитываться как в-отдельности, так и в совокупности.

Значимость элемента в комбинированном обозначении зависит также от того, в какой степени этот элемент способствует осуществлению обозначением его основной функции: отличать товары и услуги одних производителей от товаров и услуг других производителей.



Коллегия отмечает, что в оспариваемом товарном знаке «» изображение трилистника является крупным, доминирует с пространственной точки зрения, а словесный элемент «встраивается» в композицию обозначения, поскольку помещен внутрь графического элемента. Поскольку смысловое восприятие трилистника очевидным образом не связано со смысловым содержанием словесного элемента «ВОСКРЕСЕНЬЕ», то рассматриваемые элементы оспариваемого товарного знака не формируют единого образа, качественно иного в сравнении с образом, создаваемым только графическим элементом. В связи с изложенным коллегия полагает, что степень важности изобразительного элемента оспариваемого товарного знака является высокой.

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. Различие в деталях не должно играть определяющей роли, так как следует учитывать, что потребитель, как правило, не имеет возможности сравнить два знака, а руководствуется общими впечатлениями, часто нечеткими, о знаке, виденном ранее. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

Поскольку зрительное восприятие отдельного зрительного объекта начинается с его внешнего контура, то именно он запоминается в первую очередь. При этом наиболее важным может служить первое впечатление, получаемое при сравнении обозначений: если первым впечатлением от сравниваемых обозначений является сходство, а последующий анализ выявит отличие обозначений за счет расхождения

отдельных элементов, то при оценке сходства обозначений следует руководствоваться первым впечатлением.

В данном случае следует констатировать сходство внешней формы и характера выполнения изобразительных элементов, имеющих форму симметричного трилистника с заостренными, направленными кверху концами (причем пропорции изображений характеризуется высокой степенью сходства), которые и определяют производимое ими сходное первое впечатление.

Различия в деталях оформления краевых линий трилистника и наличие единой широкой горизонтальной полосы в оспариваемом товарном знаке вместо трех параллельных тонких горизонтальных полос в знаках лица, подавшего возражение, не являются основанием для признания сравниваемых изображений несходными, так как эти отличия не оказывают существенного влияния на запоминание изображений в целом.

Смысловое значение сравниваемых изображений следует признать сходным, поскольку в обоих случаях представлено изображение фигуры, имеющей форму, состоящую из трех частей, напоминающих лист растения, которые располагаются рядом так, что центральный лист расположен строго вертикально, а два других расположены симметрично слева и справа от него и исходят от одной линии.

Характер сравниваемых изображений также является сходным: оба изображения трилистников представлены двухмерно изображении, имеют одинаковую стилизацию и степень проработки внутренних деталей.

Изложенные обстоятельства в их совокупности приводят к выводу об ассоциировании друг с другом в целом изобразительного элемента в виде трилистника оспариваемого товарного знака и изобразительных элементов в виде трилистника, имеющих в товарных знаках лица, подавшего возражение.

При этом, учитывая важность изображения трилистника в оспариваемом и противопоставленных товарных знаках, коллегия приходит к выводу о наличии сходства в целом сравниваемых товарных знаков.


Сопоставление перечней товаров 25 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, и товаров, в отношении которых

действует правовая охрана противопоставленных знаков по международным регистрациям №№ 836756, 469145, 469033, показал следующее.

Регистрация товарного знака по свидетельству № 527323 произведена в отношении товаров *«одежда, обувь, головные уборы»* 25 класса МКТУ.

Правовая охрана противопоставленных товарных знаков, имеющих более ранние даты приоритетов, распространяется на товары 25 класса МКТУ, а именно: *«одежда, обувь, головные уборы»* (знак по международной регистрации № 836756), *«обувь, в частности спортивная и обувь для отдыха, стельки, скобы и шипы для спортивной обуви, одежда (в том числе трикотажная и тканая), в частности спортивная одежда, такая как тренировочная одежда, брюки спортивные, трикотажные изделия, теннисная одежда, чулочно-носочные изделия, перчатки»* (знак по международной регистрации № 469145), *«одежда (в том числе трикотажная и тканая), чулочно-носочные изделия, перчатки, обувь, стельки, скобы и шипы для спортивной обуви»* (знак по международной регистрации № 469033).

Сопоставляемые товары, приведенные в перечнях оспариваемой и противопоставленных регистраций, однородны, так как относятся к одной и той же родовой группе товаров, имеют общий круг потребителей, назначение, условия реализации.

Следует учитывать, что противопоставленный товарный знак «» является общеизвестным для товаров 25 класса МКТУ *«спортивная обувь, спортивная одежда»* (признан таковым с 01.01.2009). Указанное означает, что была установлена широкая известность противопоставленного товарного знака в отношении указанных товаров 25 класса МКТУ на основании его длительного и интенсивного использования на территории Российской Федерации лицом, подавшим возражение. Изложенное усугубляет вероятность смешения оспариваемого и противопоставленных товарных знаков, зарегистрированных в отношении товаров 25 класса МКТУ.

Таким образом, установленное коллегией сходство сопоставляемых обозначений и однородность товаров 25 класса МКТУ, для маркировки которых они предназначены, обуславливают вывод о сходстве оспариваемого и противопоставленных товарных знаков по международным регистрациям №№ 836756, 469145, 469033, а также общеизвестного товарного знака по свидетельству № 122 в отношении однородных товаров в соответствии с положениями, предусмотренными подпунктами 2 и 3 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, доводы возражения о несоответствии оспариваемой регистрации пункту 6 статьи 1483 Кодекса являются убедительными.

Что касается доводов, приведенных в качестве обоснования несоответствия товарного знака по свидетельству № 527323 требованиям, предусмотренным пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, то коллегия отмечает следующее.

Способность обозначения вводить потребителя в заблуждение может возникнуть у потребителя в результате ассоциации, в том числе, с иным лицом, основанной на предшествующем опыте потребителя.

Для вывода о возможности введения потребителя в заблуждение через ассоциацию с иным производителем товара, основанную на предшествующем опыте, необходимо наличие доказательств, подтверждающих наличие по состоянию на дату приоритета товарного знака у потребителя стойкой ассоциативной связи между самим товаром, маркированным соответствующим обозначением, и его производителем.

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

Таким образом, нуждаются в установлении вероятные ассоциативные связи средних потребителей – адресатов конкретных товаров – в отношении конкретного обозначения.

При оценке возможности неверного представления потребителей о производителе (источнике происхождения) товаров 25 класса МКТУ,



маркированных обозначением « » коллегия учитывала следующие обстоятельства.



Статус общеизвестного товарного знака « » (свидетельство № 122) означает, что данное обозначение в результате интенсивного использования стало широко известно в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров «*спортивная обувь, спортивная одежда*», производимых Adidas AG, Германия, задолго до даты приоритета оспариваемой регистрации (с 01.01.2009).

Появление на рынке одежды, обуви и сопутствующих им товаров, маркированных обозначением, сходным до степени смешения с товарным знаком, широко известным российским потребителям в качестве средства индивидуализации однородной продукции лица, подавшего возражение, способно восприниматься как вариант известного потребителю обозначения.

Согласно результатам Исследования ВЦИОМ (3) около половины опрошенных (46 % из 1500 респондентов) допускают возможность перепутать




товары, маркированные оспариваемым и противопоставленным () обозначениями. %0% от общего числа респондентов указали, что, если бы увидели



на прохожем на улице товары под обозначением « », то могли бы их воспринять как одну из линеек товаров от производителя продукции под обозначением « ».

Таким образом, известность и сложившаяся на рынке репутация лица, подавшего возражение, и его продукции обуславливают вероятность введения потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров, маркированных оспариваемым товарным знаком, как происходящих из того же коммерческого источника, что не соответствует действительности. В связи с чем регистрация



словесного обозначения «  » на имя иного лица не соответствует требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Следует отметить, что из представленных с возражением распечаток сайтов в сети Интернет (8) следует, что фактически предлагаемые к продаже товары, маркированные оспариваемым товарным знаком, представляют собой не просто однородную продукцию, но и относятся к товарам того же сегмента – спортивная одежда и обувь – именно того, в котором лицо, подавшее возражение, приобрело известность и репутацию.

В данном случае существенная составная часть оспариваемого товарного знака представляет собой имитацию общеизвестного товарного знака, способную вызвать смешение с ним, что с учетом положений статьи 6-bis Конвенции по охране промышленной собственности (заключена в Париже 20.03.1883) служит основанием для признания недействительной такой регистрации.

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

удовлетворить возражение, поступившее 24.12.2019, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 527323 недействительным полностью.