

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом от 12 марта 2014 г. N 35-ФЗ "О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации" (далее – Кодекс) и Правилами 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 № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 28.12.2018, поданное Общероссийским союзом общественных объединений Олимпийский комитет России, Россия (далее – лицо, подавшее возражение, Олимпийский Комитет России), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 646923, при этом установлено следующее.

OLIMP

Оспариваемый словесный товарный знак «» по заявке № 2016718824, поданной 27.05.2016, зарегистрирован 05.03.2018 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 646923 на имя Д.Б.Денисовой, Россия (далее – правообладатель) в отношении услуг 41 класса МКТУ.

В поступившем 28.12.2018 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, его подавшего, о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №646923 произведена в нарушение требований, установленных положениями подпунктов 1 и 2 пункта 3, подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- в соответствии со статьей 11 Федерального закона "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" от 04.12.2007 N 329-ФЗ, олимпийское движение России является составной частью международного олимпийского движения, целями которого являются пропаганда и внедрение принципов олимпийского движения, содействие развитию физической культуры и спорта, укрепление международного спортивного сотрудничества, участие в Олимпийских играх и других международных спортивных мероприятиях, проводимых Международным олимпийским комитетом, континентальными ассоциациями национальных олимпийских комитетов. Олимпийское движение России возглавляется Олимпийским комитетом России;

- Олимпийский комитет России в соответствии с Олимпийской хартией Международного олимпийского комитета осуществляет меры по защите принадлежащих Международному олимпийскому комитету прав на использование олимпийских символа, девиза, флага и гимна, наименований "Олимпийские игры", "Игры олимпиады" на территории Российской Федерации. Олимпийский комитет России использует в установленном Международным олимпийским комитетом порядке олимпийские символ, девиз, флаг и гимн, слова "олимпийский" и "олимпиада" в своих наименованиях в целях развития олимпийского движения России и обладает исключительными правами на олимпийскую эмблему Олимпийского комитета России, девиз, флаг и иную российскую олимпийскую символику;

- в соответствии с правилом 7 Олимпийской хартии, олимпийские символ, флаг, девиз, обозначения (включая, но не ограничиваясь, словами «Олимпийские игры» и «игры Олимпиады»), знаки, эмблемы, огонь и факелы, все вместе и по отдельности являются «Олимпийской собственностью». Все права на каждый в отдельности и на все вместе элементы Олимпийской собственности принадлежат исключительно Международному Олимпийскому Комитету, включая, но не ограничиваясь, использованием в коммерческих целях, для получения дохода и рекламных целях;

- регистрация оспариваемого товарного знака нарушает права на олимпийскую символику, защита которой относится к нормативно установленным задачам лица, подающего возражение - Олимпийского Комитета России. Указанное обуславливает заинтересованность данного лица в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №646923;

- словесный элемент «OLIMP» воспринимается в значении, связанном с Олимпийской символикой, под которой понимаются такие наименования как «Олимпийский», «Олимпиада», «Olympic», «Olympian», «Olympiad», «Olympic Games», и образованные на их основе слова и словосочетания;

- в соответствии с частью 1 статьи 7 Федерального закона от 01.12.2007 №310-ФЗ «Об организации и проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные акты Российской Федерации» к олимпийской символике относятся следующие наименования «Олимпийский», «Олимпиада», «Сочи 2014», «Olympic», «Olympian», «Olympiad», «Olympic Winter Games», «Olympic Games», «Sochi 2014» и образованные на их основе слова и словосочетания. В связи с изложенным, оспариваемый товарный знак «OLIMP» будет восприниматься средним российским потребителем как относящийся к олимпийской символике, олимпийским играм. Таким образом, у потребителя может возникнуть неверное представление о лице, оказывающем услуги, под оспариваемым товарным знаком, а именно создается представление о том, что данное лицо имеет отношение к Международному Олимпийскому комитету. Указанное позволяет сделать вывод о том, что данное обозначение является вводящим потребителя в заблуждение и, следовательно, не соответствующим требованиям, предусмотренным подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса;

- в связи с широкой известностью и высокой репутацией МОК, а также с учетом сходства обозначения «OLIMP» с олимпийской символикой, в действиях правообладателя усматривается намерение воспользоваться репутацией организатора Олимпийских игр, что позволяет сделать вывод о несоответствии

оспариваемого товарного знака требованиям подпункта 2 пункта 3 статьи 14983 Кодекса;

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с товарными знаками, ранее зарегистрированными на имя «Comité International Olympique» (Международный Олимпийский комитет - МОК), для однородных услуг 41 класса МКТУ, а именно со знаками по международным регистрациям №609691, №787298, №1026243, №1019494, №1128499, №1056066, №1128501.

На основании изложенного, лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №646923 полностью.

На заседании коллегии, состоявшемся 01.04.2019, лицом, подавшим возражение, представлено письмо от МОК от 11.02.2019 [1].

Правообладатель товарного знака по свидетельству №646923 в установленном порядке ознакомленный с материалами возражения от 28.12.2018, представил отзыв, доводы которого сводятся к следующему:

- действительно, Олимп — наиболее высокий горный массив в Греции. Вместе с тем, существуют и другие известные значения слова «Олимп»: собрание, сонм олимпийских богов; древнегреческий мифический певец; вулкан на Марсе; российское издательство; ежегодный фестиваль музыки и театрального искусства в Греции; бриг типа «Феникс» Балтийского флота Российской империи; альбом рэпера Тимати; российская букмекерская компания; администратор офисного комплекса «Правительство Москвы». Английская версия сайта Википедии добавляет ещё ряд значений, среди которых: Олимп - польская антинацистская организация во Вроцлаве времен Второй мировой войны; бренд катушечного магнитофона; курорт в Румынии;

- среди перечисленных выше значений встречаются малозначимые или малоизвестные, однако, даже в этом перечне отсутствуют какие-либо отсылки к олимпийским играм. Также существует целый ряд распространённых в современном русском языке устойчивых словосочетаний, таких, как «финансовый Олимп», «литературный Олимп», «музыкальный Олимп», которые также не вызывают

никаких ассоциаций с олимпиадой или Олимпийским комитетом;

- существуют десятки известных организаций, оригинальная часть наименования которых представляет собой или включает слово «ОЛИМП», при этом не имеющих никакого отношения к Олимпийскому комитету: <https://www.olimp.bet/> (букмекерская компания), <https://www.olimpfm.ru/> (Радио Олимп), <https://olymp-arbat.ru/> (администратор офисного комплекса «Правительство Москвы») - лишь наиболее известные из них;

- по данным статистики поисковой системы Яндекс из 1319684 запросов в месяц, включающих в себя слово «ОЛИМП», к букмекерской компании «Олимп» относится примерно 456000 из них, то есть более трети, к тематике олимпийских игр - ни одного запроса;

- букмекерская компания (ООО «БК «Олимп») основана в 2012 году с целью осуществления букмекерской деятельности на территории РФ. Указанное лицо использует доменное имя [olimp.bet](https://www.olimp.bet/), содержащее обозначение «OLIMP», а также товарный знак «OLIMP»;

- в соответствии частью 1 и частью 3 статьи 6.2 Федерального Закона №244-ФЗ организатор азартных игр в букмекерской конторе, заключающий пари на спортивные соревнования, обязан заключать соглашения об использовании символики, наименований спортивных соревнований с субъектами профессионального спорта, а именно общероссийскими спортивными федерациями, организующими спортивные соревнования, профессиональными спортивными лигами, организующими профессиональные спортивные соревнования, в отношении которых он принимает ставки, интерактивные ставки, и на основании таких соглашений осуществлять целевые отчисления от азартных игр (далее - целевые отчисления), направляемые на финансирование мероприятий по развитию профессионального спорта и детско-юношеского спорта. При этом общий объем целевых отчислений по всем заключенным организатором азартных игр в букмекерской конторе соглашениям не может составлять менее пятнадцати миллионов рублей. ООО «БК «Олимп» заключило со всеми спортивными федерациями РФ соглашения на использования символики, и уплачивает

ежеквартально на поддержание российского спорта 15 миллионов рублей;

- помимо целевых отчислений ООО "БК "Олимп" является главным спонсором таких крупнейших спортивных мероприятий всероссийского масштаба как «Олимп-Кубок России по Футболу», «Олимп-Футбольная национальная лига», «Олимп-Первенство России по футболу среди команд клубов ПФЛ 2018-2019 годов», где центром внимания выступает товарный знак «Олимп». Спортивные Федерации заинтересованы в целевых отчислениях от букмекерской отрасли. Прекращение правовой охраны оспариваемого товарного знака может нанести ущерб и недофинансирование детского спорта в РФ;

- при регистрации товарных знаков на имя Денисовой Д. Б. (по соглашению с ООО «БК «Олимп») запрашивалась позиция Олимпийского комитета РФ и был получен ответ о том, что обозначение «ОЛИМП» и Олимпийские игры являются различными понятиями;

- слово «Олимп» и Олимпийские игры не являются связанными между собой исторически. Так, согласно Википедии «олимпийские игры в Древней Греции проводились с 776 года до н. э. по 393 год н. э., всего было проведено 293 Олимпиады в Олимпии, считавшейся у греков священным местом. От Олимпии произошло и название игр». Таким образом, поселение Олимпия, как, собственно, и вся история Олимпийских игр, не имеет никакого отношения к собственно горе Олимп. Более того, гора Олимп даже географически не имеет никакой связи с населённым пунктом Олимпия. Данные географические объекты в период, когда в Олимпии проводились олимпийские игры, находились на территории совершенно разных государств: гора Олимп находится в Фессалии, тогда как Олимпия находилась на Пелопоннесе, на территории Элиды;

- современные Олимпийские игры уже давно стали самостоятельным явлением в мире спорта, которое имеет собственные традиции, церемониал, символику, девиз, флаг и гимн, являющиеся его неотъемлемой частью. При этом Олимпийские игры в настоящее время уже никак не связаны с древнегреческой символикой, мифологией или культурными особенностями. Наряду с такими спортивными событиями, как, например, чемпионат мира по футболу, Олимпийские

игры воспринимаются сами по себе, без привязки к происхождению их названия. Более того, в качестве производных от их наименования возникают устойчивые неологизмы (например, паралимпийские игры), что указывает на абсолютную самостоятельность понятия «Олимпийские игры» и отсутствие возможности возникновения каких-либо ассоциаций со словом «Олимп»;

- отсутствие смещения знаков лица, подавшего возражение, и правообладателя, а также отсутствие введения потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, подтверждается результатами социологического опроса;

- Международный олимпийский комитет за всю историю олимпийских игр не сделал ни одной попытки включить известное ему слово «Олимп» в состав олимпийской символики или зарегистрировать его в качестве товарного знака;

- Роспатентом было зарегистрировано более 150 товарных знаков, включающих словесные элементы «ОЛИМП» («OLIMP»), которые не были признаны сходными с олимпийской символикой и противоречащими общественным интересам. подобное количество однотипных решений в отношении конкретного словесного обозначения свидетельствует о наличии сложившейся практики применения норм действующего законодательства.

На основании изложенного правообладателем изложена просьба оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №646923.

К отзыву приложен социологический опрос Лаборатории социологической экспертизы [2], а также пояснительная записка к ссылке на файл с контрольными аудиозаписями [3].

На заседании коллегии, состоявшемся 15.05.2019, представителем правообладателя были выражены просьбы о переносе заседания коллегии с целью представления дополнительных пояснений относительно указанной на 1 странице опроса формулировки, касающейся респондентов опроса («потребители услуг по организации азартных игр»), а также представления материалов, свидетельствующих о взаимосвязи правообладателя и ООО «БК «Олимп». В удовлетворении данных ходатайств было отказано ввиду того, что указанные

пояснения не являются значимыми в рамках рассмотрения настоящего возражения.

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

С учетом даты (27.05.2016) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя, а также противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Согласно пункту 37 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 пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о противоречии заявленного обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали, учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика

(гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

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

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

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.

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

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. 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).

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку могут быть поданы заинтересованным лицом.

Лицом, подавшим возражение, является Общероссийский союз общественных объединений Олимпийский комитет России. Указанное лицо в соответствии с Олимпийской хартией Международного олимпийского комитета осуществляет меры по защите принадлежащих Международному олимпийскому комитету (далее - МОК) прав на использование олимпийских символа, девиза, флага и гимна, наименований "Олимпийские игры", "Игры олимпиады" на территории Российской Федерации. Официальным разъяснением к вышеуказанному документу установлено, что каждый национальный олимпийский комитет (далее - НОК)

должен предпринять все меры для того, чтобы запретить использование любого вида олимпийской собственности, которое могло бы нарушить Олимпийскую хартию и Официальные разъяснения к ним. НОК должен также приложить все усилия, чтобы обеспечить защиту олимпийской собственности МОК в пользу МОК. С точки зрения лица, подавшего возражение, регистрация оспариваемого товарного знака нарушает права на олимпийскую символику, защита которой относится к нормативно установленным задачам Олимпийского комитета России, вследствие чего оно является заинтересованным в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку.

OLIMP

Оспариваемый товарный знак «» является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении услуг 41 класса МКТУ.

Анализ товарного знака по свидетельству №646923 на соответствие требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Словесный элемент «OLIMP» средним российским потребителем воспринимается как «олимп», в силу чего будет ассоциироваться со значением этого русского слова (Олимп – 1. Наименование высочайшего горного массива на Юго-Востоке Балканского полуострова, высшая точка Греции (2917 м.). У древних греков Олимп считался священной горой, местопребыванием Зевса и других богов, 2. Собрание, сонм олимпийских богов).

Целесообразно также отметить, что согласно сведениям словарно-справочной литературы (см. <http://slovari.yandex.ru/>) олимпийские игры – это общегреческие празднества и состязания в Древней Греции, которые устраивались в честь бога Зевса с 776 до нашей эры в городе Олимпии (Olimpia) 1 раз в 4 года.

Учитывая изложенное, можно сделать вывод о высокой вероятности восприятия средним российским потребителем слова «OLIMP» в значении, связанном с Олимпом, Древней Грецией, Олимпийскими играми и соревнованиями.

В этой связи коллегия усматривает, что словесный элемент «OLIMP» способен восприниматься как относящийся к олимпийской символике.

В соответствии с частью 1 статьи 7 Федерального закона от 01.12.2007 №310-ФЗ «Об организации и проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные акты Российской Федерации» к олимпийской символике «относятся следующие наименования «Олимпийский», «Олимпиада», «Сочи 2014», «Olympic», «Olympian», «Olympiad», «Olympic Winter Games», «Olympic Games», «Sochi 2014» и образованные на их основе слова и словосочетания».

Использование олимпийской символики, в том числе, для обозначения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, производимых ими товаров, выполняемых работ, оказываемых услуг (в фирменных наименованиях, коммерческих обозначениях, товарных знаках, знаках обслуживания и т.д.) и иным способом, если такое использование создает представление о принадлежности указанных лиц к Олимпийским играм, допускается только при условии заключения соответствующего договора с МОК.

В силу сходства оспариваемого товарного знака с обозначениями, относящимися к олимпийской символике, коллегия полагает, что существует возможность восприятия обозначения «OLIMP» российским потребителем как имеющего прямое отношение к олимпийским играм и к их организаторам, либо, что услуги под этим обозначением оказываются лицом, связанным с МОК, или по его разрешению, что не соответствует действительности.

Резюмируя изложенное, коллегия имеет основания для признания товарного знака по свидетельству №646923 способным вести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, и, следовательно, не соответствующим требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса.

Лицо, подавшее возражение, ссылается также на несоответствие товарного знака по свидетельству №646923 требованиям пункта 3(2) статьи 1483 Кодекса, а именно указывается, что его регистрация противоречит общественным интересам.

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия указанной выше норме права коллегия учитывала, что запрет на регистрацию обозначений, противоречащих общественным интересам, вызван необходимостью поддержания правопорядка, защиты исторических и культурных ценностей общества. В том числе, к обозначениям, противоречащим общественным интересам, можно отнести обозначения, включающие в свой состав символы спортивных и иных мероприятий таких как, например, Олимпийские игры.

Услуги 41 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, относятся к услугам, связанным с азартным бизнесом, предоставлением он-лайн услуг в области развлечений, а именно игровых турниров, подготовкой игр и соревнований в Интернет, организацией игр и соревнований в Интернет и т.д., то есть, в том числе, близко связанным со спортом и спортивными мероприятиями. В процессе осуществления данных видов услуг могут быть сделаны ставки, например, на определенные результаты состязаний в Олимпийских играх. Как указано в письме МОК [1] услуги 41 класса МКТУ имеют для него первостепенное значение.

Таким образом, в связи с широкой известностью и высокой репутацией МОК, а также с учетом сходства оспариваемого товарного знака с обозначениями, относящимися к олимпийской символике, коллегия усматривает в действиях заявителя по регистрации знака для маркировки услуг 41 класса МКТУ помимо введения потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, намерение воспользоваться заслуженной репутацией организатора Олимпийских игр.

Указанное позволяет сделать вывод о том, что товарный знак по свидетельству №646923 противоречит общественным интересам, то есть не соответствует требованиям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Одним из аргументов правообладателя является то, что слово «OLIMP» является многозначным. Согласно представленным правообладателем данным, полученным с сайта Википедия, у слова «OLIMP» имеются также и следующие значения: древнегреческий мифический певец; вулкан на Марсе; российское

издательство; ежегодный фестиваль музыки и театрального искусства в Греции; бриг типа «Феникс» Балтийского флота Российской империи; альбом рэпера Тимати; российская букмекерская компания; администратор офисного комплекса «Правительство Москвы». Английская версия сайта Википедии добавляет ещё ряд значений, среди которых: Олимп - польская антинацистская организация во Вроцлаве времен Второй мировой войны; бренд катушечного магнитофона; курорт в Румынии. Вместе с тем, большинство вышеприведенных значений являются малоизвестными среднему российскому потребителю. Сведения, приведенные на англоязычной версии указанного сайта, не являются знакомыми среднему российскому потребителю, свободно не владеющему английским языком. Коллегия усматривает, что в отношении услуг 41 класса МКТУ, содержащихся в перечне оспариваемой регистрации, наиболее вероятно восприятие данного слова как относящегося к Олимпийским играм, олимпийской символике и т.д.



Правообладателем указывается на существование различных юридических лиц, выступающих в гражданском обороте под обозначением «Олимп» (радио «Олимп», администратор офисного комплекса «Правительство Москвы», букмекерская компания «Олимп»), которые не имеют отношения к МОК. Вместе с тем, деятельность МОК по организации Олимпийских игр ведется на протяжении многих лет и является широко известной во всем мире, деятельность правообладателя связана в организацией азартных игр в букмекерской конторе, заключающей пари на спортивные соревнования, что в значительной степени увеличивает риск восприятия оспариваемого товарного знака «OLIMP» как имеющего отношение к Олимпийским играм (их организаторам).

Довод правообладателя о том, что современные Олимпийские игры являются самостоятельным культурным явлением в мире спорта и в настоящее время никак не связаны с древнегреческой символикой, мифологией, необоснован, поскольку сведения об Олимпийских играх как имеющих происхождение из Древней Греции и устраиваемые в честь олимпийских богов, проживающих на Олимпе, относятся к общеизвестным фактам.

Ссылка правообладателя на товарные знаки иных лиц, включающие

словесный элемент «OLIMP», несостоятельна, поскольку делопроизводство ведется по каждой заявке самостоятельно с учетом всех конкретных обстоятельств дела.

Что касается анализа оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Противопоставленные знаки по международным регистрациям «OLYMPIC» №609691 (1), «THE OLYMPICS» №787298 (2), « **OLYMPIC** » №1026243



OLIMPIJSKI

(3), «**OLIMPIJSKI**» №1019494 (4), «OLYMPIAD» №1128499 (5), «OLYMPIAN» №1056066 (6), «OLYMPIC» №1128501 (7), принадлежащие МОК, представляют собой словесные и комбинированные обозначения, словесные элементы которых выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Знаки (3-4) содержат изобразительные элементы: эмблему Олимпийских игр - пять переплетенных колец голубого, чёрного, красного (верхний ряд), жёлтого и зелёного (нижний ряд) цветов, а также черно-белое исполнение данного изобразительного элемента. Правовая охрана знаков (1-7) действует, в том числе в отношении услуг 41 класса МКТУ, указанных в перечнях регистраций.

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленных ему знаков (1-7) показал следующее.

Фонетическое сходство сопоставляемых обозначений обусловлено совпадением начальных частей противопоставленных знаков («**OLIMP**», «**OLYMPIC**», «**THE OLYMPICS**», «**OLYMPIC**», **OLIMPIJSKI**, «**OLYMPIAD**», «**OLYMPIAN**», «**OLYMPIC**») со словесным элементом «**OLIMP**», составляющим оспариваемый товарный знак.

Семантическое сходство сравниваемых обозначений определяется восприятием слова «**OLIMP**» в значении, связанном с Олимпом, Древней Грецией, Олимпийскими играми. На заседании коллегии, состоявшемся 15.05.2019, представитель правообладателя подтвердил тот факт, что словесные элементы сравниваемых знаков являются однокоренными.

Сходство сравниваемых обозначений усиливается за счет выполнения

словесных элементов заглавными буквами латинского алфавита.

Таким образом, товарный знак по свидетельству №646923 сходен с противопоставленными знаками (1-7), несмотря на отдельные их отличия.

Что касается однородности услуг 41 класса МКТУ, содержащихся в перечнях сравниваемых регистраций, коллегией было установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак зарегистрирован в отношении услуг 41 класса МКТУ «игры азартные; организация досуга; организация лотерей; предоставление услуг игровых залов; развлечения; услуги казино [игры]; предоставление он-лайн услуг в области развлечений, а именно игровых турниров, фантастических спортивных лиг и телевикторин; организация игр и соревнований; подготовка игр и соревнований в Интернет; организация и проведения игр и соревнований в Интернет; услуги развлекательных клубов».

Правовая охрана противопоставленных знаков (1-7) действует, в том числе, в отношении услуг, связанных с игорным бизнесом (3-7), развлекательными услугами (1-7).

Таким образом, сравниваемые виды услуг 41 класса МКТУ относятся к однородным видам деятельности, основной целью которых является организация досуга и развлечений и, в том числе, услуг, связанных с игорным бизнесом. Сравнимые виды услуг относятся к одному виду, могут оказываться в отношении одного круга потребителей, являются взаимодополняемыми, в связи с чем велика вероятность того, что у потребителя может возникнуть представление о том, что сравниваемые виду услуг оказываются одним лицом, то есть являются однородными.

Резюмируя изложенное, коллегия считает, что товарный знак по свидетельству №646923 является сходным до степени смешения со знаками (1-7) в отношении однородных услуг 41 классов МКТУ и, следовательно, не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Правообладатель проинформировал, что при регистрации товарных знаков на имя Денисовой Д. Б. запрашивалась позиция Олимпийского комитета РФ и был получен ответ о том, что обозначение «ОЛИМП» и Олимпийские игры являются

различными понятиями. Что касается имеющегося в материалах дела письма-согласия от лица, подавшего возражение, коллегия отмечает следующее. Указанное письмо-согласие было выдано в отношении иной заявки, включающей словесный элемент «ОЛИМП», выполненный буквами русского алфавита. Указанный документ выдан 17.04.2015, то есть больше, чем за год, до даты приоритета оспариваемого товарного знака. Таким образом, коллегия усматривает, что в рамках рассмотрения вопроса о государственной регистрации товарного знака по заявке №2016718824 на стадии экспертизы упомянутое письмо-согласие было принято неправомерно. Более того, возражение подано Олимпийским комитетом России, к возражению приложено письмо МОК [1], в котором выражена озабоченность по поводу регистрации оспариваемого товарного знака на имя Д.Б. Денисовой, который, по мнению МОК, ассоциируются с олимпийским движением и способен нарушить коммерческие интересы организатора Олимпийских игр.

Помимо прочего коллегия отмечает, что в упомянутом письме-согласии, имеющим отношение к товарному знаку по свидетельству №550357, содержится разъяснение относительно возможности регистрации обозначения «ОЛИМП» в качестве товарного знака в том случае, если оно не имеет ассоциаций с Олимпийскими играми и олимпийским движением в целом.

Довод правообладателя о том, что признание предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку по свидетельству №646923 недействительным приведет к осложнениям в деятельности ООО «БК «Олимп» и, как следствие, «недофинансированию детского спорта в Российской Федерации» является голословным и не преодолевает выводы о несоответствии знака требованиям пунктов 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

В отношении представленного правообладателем социологического опроса [2] коллегия отмечает следующее.

С соопросом представлена карточка S1 (стр. 49), согласно которой, в том числе, отбирались лица, допускаемые к прохождению в опросе. Так, например, был задан вопрос «Скажите, пожалуйста, каким из следующих услуг Вы пользовались за последние полгода?» со следующими вариантами ответа «услуги розничной

торговли», «услуги, связанные с азартными играми», «услуги магазинов по розничной продаже запчастей для автомобилей», «услуги по уборке квартир (сухой и влажной)», «услуги по доставке продуктов питания (в т.ч. готовых обедов и ужинов)». Перечень предлагаемых ответов к указанному вопросу не затрагивает основные доводы возражения и сферу деятельности лица, подавшего возражение, в связи с чем необоснованно не допускают к участию в опросе лиц, знакомых с Олимпийскими играми и деятельностью МОК. В карточке S3, согласно которой также отбирались лица, участвующие в опросе, указан вопрос «Скажите, пожалуйста, доводилось ли Вам за последние полгода делать ставки на спортивные состязания на тотализаторе (в том числе и онлайн), участвовать в лотерее или играть в разрешенные виды казино (в том числе и онлайн)», при этом, лица, отвечающие «нет», завершают интервью. Таким образом, указанный вопрос содержит аналогичный недостаток, поскольку не предполагает участие круга лиц, знакомых с деятельностью МОК и проводимыми Олимпиадами. Таким образом, данные социологического опроса нельзя признать объективными.

При определении вопроса о том, с чем ассоциируется оспариваемый товарный знак среди ответов избегается указание на «олимпийские игры» (вопрос №1 анкеты), что является определяющим при рассмотрении настоящего возражения. При этом, ответ на упомянутый вопрос №1 («Скажите, пожалуйста, с чем именно у Вас ассоциируется данное обозначение (оспариваемый товарный знак по свидетельству №646923)») косвенно подтверждает выводы, изложенные выше в заключении об ассоциировании данного знака с Грецией, мифологией, горой.

Что касается вопросов смешения оспариваемого и противопоставленных знаков (1-7), то наличие или отсутствие сходства устанавливаются коллегией на основании Правил. Данные социологического опроса не основаны на подходах, изложенных в Правилах, применяемых при определении тождества и сходства сравниваемых обозначений. Что касается вопроса №8 («Вы можете отличить данное обозначение (товарный знак «OLIMP» по свидетельству №646923) от данного обозначения (знак «OLYMPIC» по международной регистрации №609691)»), вопроса №4 («Как вы полагаете, данное обозначение (товарный знак «OLIMP» по

свидетельству №646923) и данное обозначение (знак «OLYMPIC» по международной регистрации №609691) одинаковы или различны во внешнем виде?), вопроса №5 («прочитайте, пожалуйста, вслух надпись на данном обозначении (товарный знак «OLIMP» по свидетельству №646923) и надпись на данном обозначении (знак по международной регистрации №609691). Как Вы считаете они звучат одинаково или по-разному?») и иные подобные вопросы, то они являются некорректными и предопределяющими ответ в силу того, что сравниваемые обозначения не тождественны, соответственно, потребители могут их отличить на основе отдельных графических и фонетических отличий.

Помимо прочего, необходимо отметить, что в распоряжение коллегии не было представлено распечаток ответов респондентов на задаваемые вопросы. Ссылка на сайт в сети Интернет, приведенная в пояснительной записке [3], содержит лишь фото и видео, подтверждающие прохождение данного опроса разными лицами, но не ответы на него.

Ввиду изложенного, представленный социологический опрос не может быть положен в основу выводов об отсутствии смешения сравниваемых знаков, а также об отсутствии риска введения потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги.

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

удовлетворить возражение, поступившее 28.12.2018, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №646923 недействительным полностью.