

ЗАКЛЮЧЕНИЕ **по результатам рассмотрения возражения**

Коллегия в порядке, установленном частью IV Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 22.07.2022 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражение, поданное Общероссийской общественно-государственной организацией «Союз женщин России», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 873668, при этом установлено следующее.

Женщины России

Оспариваемый товарный знак по заявке № 2021735355 с приоритетом от 08.06.2021 зарегистрирован 02.06.2022 (срок действия регистрации до 08.06.2031) в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за № 873668 на имя Фонда поддержки национальной женской премии, Москва (далее – правообладатель) в отношении товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.


Согласно описанию, приведенному в материалах заявки, оспариваемый товарный знак представляет собой словесное обозначение «Женщины России».

В поступившем 22.07.2022 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 873668 товарного знака произведена в нарушение требований, установленных пунктами 2, 3 (1,2), 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, а также последующих дополнений и комментариев, в том числе на отзыв правообладателя, сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак по свидетельству № 873668 со словесным элементом «Женщины России» является сходным до степени смешения с фирменным наименованием и коммерческим обозначением (символикой) общероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России», исключительные права на которые возникли ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака;



- коммерческое обозначение «» лица, подавшего возражение, является комбинированным, состоит из графического и словесных элементов. Основным индивидуализирующим элементом в коммерческом обозначении является словесный элемент «Союз женщин России»;

- словесные элементы «Женщины России» и «Союз женщин России» обладают высокой степенью фонетического сходства. Визуальное сходство словесных элементов «Женщины России» и «Союз женщин России» обусловлено тем, что обозначения являются словесными, выполнены стандартным шрифтовым начертанием, буквами одного алфавита. Семантически сравниваемые элементы способны вызывать одинаковые ассоциации и представления, поскольку внимание сконцентрировано вокруг женского населения Российской Федерации;

- «Союз женщин России» осуществляет все действия, направленные на достижение уставных целей, в том числе распространяет информацию о своей деятельности, разрабатывает и претворяет в жизнь социальные проекты, учреждает средства массовой информации, осуществляет издательскую деятельность и т.д.;

- сходство по фонетическим, графическим и семантическим признакам усиливается за счет единых направлений общественной деятельности организаций, которая главным образом сосредоточена вокруг женщин, и их роли в различных сферах жизни общества;

- «Союз женщин России» - это общественная организация с территориальной сферой деятельности - Российская Федерация, осуществляющая свою деятельность более 80 лет, и выступающая, в том числе как средство массовой информации, то обозначение, зарегистрированное в качестве оспариваемого товарного знака «Женщины России» по свидетельству № 873668 может быть воспринято как обозначение, принадлежащее «Союзу женщин России». Указанные обстоятельства являются введением потребителя в заблуждение относительно производителя товаров и лица, оказывающего услуги;
- оспариваемый товарный знак способен породить у среднего российского потребителя представление о принадлежности товаров (услуг), маркируемых им, лицу, имеющему государственную форму собственности или связанному с государственными структурами, что не соответствует действительности;
- использование оспариваемого товарного знака «Женщины России» для индивидуализации таких товаров и услуг, как *«бумага туалетная, мешки пластиковые для уборки отходов домашних животных, ленты сигарные, услуги казино, игры азартные, бальзамирование; бюро похоронные; кремация; услуги по выгулу собак; услуги погребальные, проведение религиозных и ритуальных церемоний»*, не способствует повышению общественного статуса женщин Российской Федерации, что противоречит общественным интересам;
- лицо, подавшее возражение, является одной из старейших общественных организаций, берущей свое начало в 1941 году как Антифашистский комитет советских женщин (с 1956 г. Комитет советских женщин), с 1992 года - преемник Комитета советских женщин, отметивший в 2021 году - 80-летие организации, и продолжающей деятельность в статусе общественно-государственной организации в настоящее время;
- устав «Союза женщин России» впервые был принят на Учредительной конференции женщин 23 ноября 1990 г. «Союз женщин России» создан в организационно-правовой форме - общественная организация;
- «Союз женщин России» создан в организационно-правовой форме - общественная организация (статья 50 Кодекса);

- в структуре «Союза женщин России» созданы и осуществляют свою деятельность 85 региональных отделений, расположенных во всех субъектах Российской Федерации. Организация объединяет тысячи женщин, проживающих в городах и сельских поселениях, где созданы Женсоветы Организации. Всего в структуре Организации по приблизительным подсчётам действуют более 20 тысяч Женсоветов;
- в настоящее время в «Союз женщин России» входят на правах членов 60 общественных объединений женщин;
- в соответствии с ФЗ от 19.05.1995 г. № 82-ФЗ «Об общественных объединениях» общественные объединения вправе иметь символику: эмблемы, гербы, иные геральдические знаки, флаги, а также гимны;
- в уставе лица, подавшего возражение, содержится описание символики - Эмблема Союза представляет собой графическое изображение женщины, устремленной в будущее, держащей в руке звезду. По кругу написано наименование Союза на русском, английском и французском языках. Эталонные рисунки эмблемы Союза могут быть исполнены в цвете и в монохромном виде. Эмблема Союза является единой для использования его структурными подразделениями;
- графическое изображение создано Шипицовой Е.В., и в 1993 г. передано «Союзу женщин России» для использования в качестве официальной эмблемы, что подтверждается актом приема-передачи рисунка;
- «Союз женщин России» использует символику при проведении своих мероприятий, на бланках и штампах, свидетельствах членов, на сувенирной продукции и печатных периодических изданиях, а также в сети Интернет;
- одним из общественных объединений стало политическое движение «Женщины России». По списку политического движения «Женщины России» была образована первая в мире парламентская женская фракция «Женщины России»;
- по инициативе фракции «Женщины России» в Государственной Думе был создан Комитет по делам женщин, семьи и молодежи, члены которого разработали и приняли действующий до настоящего времени Семейный Кодекс. Кроме того, были разработаны и приняты более 300 законов;

- доказательством активной деятельности движения «Женщины России» являются многочисленные информационные издания, публикации;
- Интернет-ресурс «Союза женщин России» <https://wuor.ru/> зарегистрирован в качестве средства массовой информации. Свидетельство о регистрации: СМИ ЭЛ № ФС77-78338 от 24.04.2020;
- одним из социальных проектов «Союза женщин России» является интернет-портал «Женщины России» <https://womenofrussia.online/>, который основан при поддержке Правительства РФ, и направлен на популяризацию роли женщины в жизни страны и продвижение женской повестки в сети «Интернет»;
- в 2021 году в целях создания благоприятных условий для участия женщин в рыночных отношениях, поддержки их предпринимательской инициативы, а также укрепления партнерских отношений с ассоциациями деловых женщин в Европе, Азии и по всему миру в структуре «Союза женщин России» был создан «Клуб женщин-предпринимателей Союза женщин России»;
- «Союз женщин России» имеет Консультативный статус при ЭКОСОС ООН, аккредитован в Информационном департаменте ООН, состоит в трех международных женских организациях: Международный Совет женщин, Всемирная ассоциация сельских женщин, Международная демократическая федерация женщин;
- в состав оспариваемого товарного знака в качестве охраняемого элемента включено слово «России», которое является производным от наименования Российская Федерация. Согласно пункту 2 статьи 1231.1 Кодекса официальные символы, наименования и отличительные знаки, их узнаваемые части или имитации могут быть включены в средство индивидуализации в качестве неохраняемого элемента, если на это имеется согласие соответствующего компетентного государственного органа, органа международной или межправительственной организации. В заявке на оспариваемый товарный знак согласие соответствующего компетентного государственного органа отсутствует;
- потребитель может прийти к умозаключению, что товар или услуга, на которых размещен оспариваемый товарный знак - это выбор всех женщин Российской

Федерации. Данные обстоятельства создают для правообладателя неоправданные конкурентные преимущества в гражданском обороте;

- законодательством не устанавливается каких-либо требований к составу элементов имущественного комплекса для цели отнесения его к предприятию;

- пункт 1 статьи 1538 Кодекса гласит, что юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий (статья 132) коммерческие обозначения;

- лицо, подавшее возражение, (постоянно действующий руководящий орган, редакция СМИ, музей «Союза женщин России») располагается в нежилом здании (принадлежит на правах собственности) по адресу: Москва, ул. Глинищевский пер., д. 6;

- фотоматериалы иллюстрируют размещение вывески с конкретным обозначением. По состоянию на 31.12.2021 г. лицо, подавшее возражение, имеет в своем распоряжении следующее имущество: оргтехника, мебель, телевизоры и т.п.;

- музей «Союза женщин России» доступен всем желающим не только в формате очного посещения, но и в рамках виртуальной экскурсии. Кроме того, Осуществляется выпуск и распространение различной сувенирной продукции;

- Интернет-ресурсы, периодическая печатная продукция также должны оцениваться с точки зрения имущественного комплекса;

- информация о тиражах печатного журнала «Союз женщин России», а также о затратах на его печать, представлена в договорах по подготовке печатной полиграфической продукции, спецификациях и платежных поручениях. Также был создан Общественный совет журнала «Союз женщин России» - своеобразная редколлегия, которая может влиять на содержание рубрик;

- на администрирование сайтов и их техническое обслуживание было затрачено 3 368 162 рубля 00 копеек;

- затраты на изготовление сувенирной продукции за год составили 4 781 500 рублей, 00 копеек;
- в марте 2021 г. был открыт медиацентр «Союза женщин России» - «Женский вопрос»;
- помимо целевых доходов, лицо, подавшее возражение, получает доход от предоставления во временное возмездное пользование (аренду) свободных площадей, принадлежащего ему нежилого здания, что подтверждается книгами учета доходов и расходов «Союза женщин России» за 2020-2022 гг. и иными документами;
- в материалах возражения имеются доказательства присутствия и активной деятельности лица, подавшего возражение, в каждом регионе Российской Федерации;
- деятельность «Союза женщин России» постоянно освещается сторонними средствами массовой информации (приведены источники на сеть Интернет: <https://ria.ru>, <https://www.rbgmedia.ru> и т.д.);
- в возражении приведен список национальных советов, входящих в «Международный совет женщин», а также сведения об уплате членских взносов;
- представленные в отзыве правообладателя доказательства не являются убедительными в части приобретения оспариваемым товарным знаком известности среди потребителей товаров 16 и услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ;
- сведения о правообладателе как о некоммерческой организации с наименованием «Фонд женщины России» отсутствуют. Устав фонда должен содержать наименование фонда, включающее слово «фонд», сведения о цели фонда и т.д.;
- использование товарного знака «Женщины России» совместно с наименованием формы некоммерческой организации «фонд» противоречит Федеральному закону от 12.01.1996 №7-ФЗ «О некоммерческих организациях», и должно быть расценено как подмена понятия, а также введение в заблуждение неограниченного круга лиц, относительно лица, производящего товары и/или оказывающего услуги.
- с учетом того, что лицо, подавшее возражение, и правообладатель являются некоммерческими организациями и осуществляют аналогичный вид деятельности,

следует вывод о том, что существование некоммерческой организации со сходным наименованием может помешать нормальному ходу гражданского оборота;

- сведения об иных товарных знаках не должны приниматься во внимание;
- представленные правообладателем доводы не опровергают исключительного права на коммерческое обозначение, которое возникло ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака, авторского права на название периодического издания, которое возникло ранее даты приоритета товарного знака, а именно в 2019 г., исключительного права на фирменное наименование, которое возникло 04.04.1997 г.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 873668 в отношении всех товаров и услуг, указанных в перечне свидетельства.

В подтверждение своих доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

- выписка из ЕГРЮЛ в отношении «Союза женщин России» - [1];
- устав «Союза женщин России» - [2];
- указ Президента РФ от 11.12.2018 г. №706 «Об Общероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России» - [3];
- выписка из ЕГРН о зарегистрированных правах на нежилое здание по адресу: «г. Москва, Глинищевский переулок» - [4];
- сведения о региональных отделениях, общественных объединений, входящих на правах членов в «Союз женщин России» - [5];
- распоряжение Правительства РФ от 13.06.2019 № 1272-р «О составе органов управления Союза женщин России» - [6];
- акт приема-передачи рисунка «Союзу женщин России» - [7];
- сведения о политическом движении «Женщины России» - [8];
- сведения о зарегистрированном СМИ «Союз женщин России» - [9];
- письма Правительства РФ от 15.02.2021 №ДГ-п10-1695, от 18.06.2021 №ДГ-п 10-7907 - [10];

- сведения о международном сотрудничестве - [11];
- сайт «Союза женщин России» - <https://wuor.ru/> - [12];
- сайт журнала «Союз женщин России»: <https://wuor.ru/media/journal/> - [13];
- сайт регионального отделения «Союза женщин России»: <https://wuor.ru/regions/> - [14];
- сайт Интернет-портала «Женщины России» <https://womenofrussia.online/> - [15];
- Youtube-канал Общероссийской Общественно-государственной организации «Союз женщин России»: <https://www.youtube.com/c/СоюзженщинРоссииСЖР/featured> - [16];
- страница в Вконтакте: <https://vk.com/wuormoscow> - [17];
- канал на Яндекс Дзен: <https://zen.yandex.ru/wuor> - [18];
- группа в социальной сети Одноклассники: <https://ok.ru/group/61123646587023> - [19];
- охранно-арендный договор № 225 от 01.07.1997 г. в отношении нежилого здания по адресу: «г. Москва, пер. Глинищевский, д. 6», договор аренды № 09-07-20/01 от 09.07.2020 г. в отношении имущества по тому же адресу и т.д. - [20];
- договор о предоставлении земельного участка в пользование на условиях аренды №М-01-514-362 от 27 марта 2007 г. - [21];
- инвентаризационная опись по состоянию на 31.12.2021 г. - [22];
- акт приема-передачи оборудования (ноутбуков) в региональные отделения «Союза женщин России» от 26.11.2019 г. - [23];
- справка о штатной численности «Союза женщин России» по состоянию на 2020 г. и 2022 г. - [24];
- распечатка с сайта izi.TRAVEL о «Музее Союза женщин России» - [25];
- сведения о лицензии печатного СМИ ПИ № ФС 77 - 79604, журнал «Союз женщин России» - [26];
- договор № 081119 от 08.11.2019 г. и платежное поручение № 932 от 11.11.2019 г. за печать журнала «Союз женщин России» 900 экз. - [27];
- платежные поручения №№ 1189 от 17.12.2019 г., 916 от 23.10.2020 г., 917 от 23.10.2020 г. за издание журнала «Союз женщин России» 900 экз. и 600 экз. - [28];
- договор № 33ПКП/21 от 24.03.2021 г. и приложения к нему за 2021 г. - [29];

- договор № 33ПКП/22 от 10.01.2022 г. с приложениями за 2022 г. - [30];
- договор № 1305 от 13.05.2019 г. с платежными поручениями об оплате услуг за 2019, 2020 гг. - [31];
- приложения к договору № 1607 от 16.07.2019 г., с платежными поручениями за 2020, 2021 гг. - [32];
- договор № 2008 от 28.08.2020 г. со счетами, платежными поручениями, актами за 2020 год - [33];
- банковские выписки за период июль 2019 г. - сентябрь 2022 г., за периоды 01.10.2021-06.09.2022 и 01.12.2021-06.09.2022 - [34];
- журнал «Союз женщин России» - [35];
- договор на администрирование сайта № Р-20200810 от 10.08.2020 г. со счетами, платежными поручениями, актами за 2020 год - [36];
- сведения о лицензии СМИ ЭЛ № ФС 77 - 81057 от 30.04.2021 г. и ЭЛ № ФС 77 – 81056 от 30.04.2021 г. - [37];
- книги учета доходов и расходов «Союза женщин России» за 2020-2022 гг., выписка из 1С по контрагентам-арендаторам за 2020-2022 гг., выдержки из договоров аренды №09-07-20/01 от 09.07.2020 г., №01/08-20/05 от 01.08.2020 г., №01/08-20/08 от 01.08.2020 г., № 01/0820/09 от 01.08.2020 г. и иные платежные документы - [38];
- договор на изготовление и поставку сувенирной продукции № 14/09/17 от 07.09.2021 г. с приложениями №№ 1-11 - [39];
- платежные поручения об оплате услуг за 2021-2022 гг. - [40];
- выписка с расчетного счета «Союза женщин России» за период сентябрь 2021-сентябрь – 2022 г. - [41];
- сведения о региональных отделениях - [42];
- публикации СМИ о «Союзе женщин России» - [43];
- информации о членстве «Союза женщин России» в международных женских организациях - [44];
- фото- и видеоматериалы «Союза женщин России» - [45];
- журнал «Союз женщин России», выпуск № 1, ноябрь 2019 г. - [46].

Правообладатель в установленном порядке представил отзыв, а также дополнения к нему, основные доводы которых сведены к следующему:

- в отзыве приведены ссылки на действующее законодательство, практику Роспатента и суда и т.д.;
- правообладателем подана просьба о сокращении перечня товаров и услуг (внесение изменений в Госреестр);
- согласно положениям статьи 1225 и пункту 1 статьи 1474 Кодекса исключительное право на фирменное наименование как на объект интеллектуальных прав может принадлежать только юридическим лицам, являющимся коммерческими организациями. Наименование некоммерческой организации не является объектом интеллектуальной собственности по смыслу части четвертой Кодекса;
- вероятность смешения товарного знака с наименованием некоммерческой организации не влечет признание предоставления правовой охраны товарному знаку недействительным на основании пункта 8 статьи 1483 Кодекса;
- положения пункта 8 статьи 1483 Кодекса применяются только в случаях наличия у лица, подавшего возражение, исключительного права на фирменное наименование коммерческой организации. В подтверждение данного довода правообладателем приведена практика Суда по интеллектуальным правам (дела №№ СИП-310/2014, СИП-1014/2020 и т.д.);
- в данной ситуации нельзя говорить о наличии заинтересованности лица, подавшего возражение, в части оспаривания товарного знака по фирменному наименованию из-за отсутствия возможности сослаться на нарушение пункта 8 статьи 1483 Кодекса;
- оценивая представленные с возражением доказательства, правообладатель полагает, что лицом, подавшим возражение, не доказано наличие у него исключительного права на коммерческое обозначение;
- представленные документы не содержат сведений о том, какую деятельность осуществляет предприятие для получения дохода, какое для этого имеется оборудование, инвентарь, сырье, продукция; не представлено документов, свидетельствующих о получении прибыли от такой деятельности;

- некоммерческие организации могут быть обладателями права на коммерческое обозначение, если они могут осуществлять приносящую доход деятельность в соответствии с их уставами (пункт 4 статьи 50, пункт 1 статьи 1538 Кодекса, пункт 177 ПП ВС). Таким образом, следует отличать предприятие, которым может владеть общественно-государственная организация при условии наличия такого положения в уставе, от деятельности самой общественно-государственной организации;
- представленные в возражении документы не содержат сведений о том, какую деятельность осуществляет предприятие для получения дохода, какое для этого имеется оборудование, инвентарь, сырье, продукция;
- акт творческого объединения женщин - художников «Ирида» не имеет отношение к лицу, подавшему возражение, поскольку касается иной организации;
- часть документов не содержит подписей, датированы позже даты приоритета оспариваемого товарного знака;
- размещение данной эмблемы на сайте лица подавшего возражения, не свидетельствуют о наличии предприятия и известности обозначения, используемого для индивидуализации данного предприятия на определенной территории;
- деятельность по издательству журнала не подтверждена фактическими данными;
- в возражении не представлено сведений о предпринимательской деятельности региональных отделений, о получении дохода и об известности в субъектах спорного обозначения, в качестве используемого для индивидуализации конкретного предприятия;
- внутренние документы организации нельзя признать достаточными для возникновения права на коммерческое обозначение;
- само по себе обозначение «Женщины России» не противоречит общественным интересам, отвечает требованиям охраноспособности;
- сведения о создании общественной организации в 1941 году не соответствует представленным документам, поскольку согласно выписке из ЕГРЮЛ некоммерческая организация зарегистрирована 04.04.1997, документов о правопреемственности не представлено;

- движение «Женщины России» - это иное лицо, деятельность которого не относится к деятельности лица, подавшего возражение;
- доказательств того, что обозначение «Женщины России» ассоциировалось у потребителей соответствующих товаров и услуг с указанным общественным движением «Женщины России» на дату приоритета не имеется;
- представленных сведений и доказательств недостаточно для утверждения о наличии ассоциативных связей между обозначением «Женщины России» и «Союзом женщин России» в отношении товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, которые бы возникли и сохранились до настоящего момента;
- правообладатель активно использовал оспариваемый товарный знак, как до даты его приоритета, так и после его регистрации;
- фонд правообладателя был учреждён 14.10.2020. С момента регистрации фонда и по настоящее время, правообладатель принимает активное участие в различных мероприятиях (благотворительные выставки, акции, круглые столы, деловые форумы и т.д.), в том числе в качестве организатора/соорганизатора;
- правообладателем 14.08.2020 зарегистрировано в качестве СМИ периодическое информационное издание «ГОРДОСТЬ НАЦИИ». Журнал выпускается тиражом 1 500 экземпляров 6 раз в год. Тематика журнала: государство и политика, бизнес, культурные и духовные ценности, патриотизм. Каждый выпуск журнала маркирован обозначением «Женщины России»;
- правообладатель принимает активное участие в финансировании и продюсировании производства и проката российских телевизионных и кинофильмов;
- за активную благотворительную деятельность фонда у правообладателя имеются различные письма и благодарности;
- правообладатель начал сбор средств на помощь семьям погибших участников спецоперации. Помощь освободителям и жителям Донбасса является особозначимым;
- за короткое время благодаря активной общественной и благотворительной деятельности правообладатель приобрёл признание и известность среди

потребителей товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, ввиду чего у потребителя возникла стойкая ассоциативная связь между товарным знаком и правообладателем. Соответственно, ассоциации, которые могут возникнуть у потребителя при восприятии оспариваемого товарного знака, соответствуют действительности;

- действующими нормативными актами не предусмотрена необходимость предоставления согласия на включение в состав слов и словосочетаний, образованных на основании названий государств, в том числе «Россия», «Российская Федерация». Норма пункта 2 статьи 1483 Кодекса является отсылочной, а положение статьи 1231.1 Кодекса не ставит под запрет использование слова «Россия» и производные от него;

- оспариваемый товарный знак носит уточняющий характер - не женщины всего мира или других стран, а только женщины России. В данном контексте, слово «Россия» не указывает на место производства товара или оказания услуг;

- правообладателем приведена практика по регистрации товарных знаков, включающих элемент «Россия»;

- оспариваемый товарный знак не содержит элементов, способных ассоциироваться с государственными органами;

- довод возражения о том, что потребитель может прийти к умозаключению, что товар или услуга на которых размещен данный товарный знак - это выбор всех женщин Российской Федерации, является неправомерным. Лицо, подавшее возражение, необоснованно отождествляет средство индивидуализации и потребителей товаров и услуг;

- представленные материалы не доказывают наличие у лица, подавшего возражение, исключительного права на коммерческое обозначение, при этом все необходимые условия для установления этого факта не соблюдены;

- в возражении представлены документы в совокупности с 90-х до 2022 гг. включительно;

- в возражении не конкретизировано предприятие, для индивидуализации которого заявлено право на коммерческое обозначение, и не указана дата начала его

использования, то есть дата возникновения исключительного права на коммерческое обозначение;

- при оценке представленных документов относимыми доказательствами, влияющими на выводы о наличии исключительного права на коммерческое обозначение, являются документы, датированные с 01.01.2008 по 08.06.2021 гг. Из доказательной базы подлежат исключению документы, датированные за пределами указанного срока;

- из документов не усматривается, что велась производственная деятельность, и для индивидуализации какого предприятия использовалось обозначение «Союз женщин России». Из акта-передачи приемки нет возможности установить, какое оборудование передавалось, а также не указано лицо, передающее оборудование и организация, принимающая его;

- правообладатель не отрицает, что учредителем печатного журнала «Союз женщин России» является лицо, подавшее возражение. Однако, данные документы подтверждают деятельность общественной организации, но не свидетельствуют о наличии у лица, подавшего возражение, предприятия (имущественного комплекса), осуществляющего предпринимательскую деятельность в интересах третьих лиц в части услуг по изготовлению рекламно-полиграфической продукции, печати журнала, его дизайн, вёрстку и т.д.;

- часть документов касается того, что лицо, подавшее возражение, является заказчиком услуг, а не их исполнителем;

- не доказана предпринимательская деятельность в создании телепередач/фильмов, потому что отсутствуют документы, свидетельствующие об известности на определённой территории предприятия лица, подавшего возражение;

- из представленных данных по денежным средствам не очевидно, за какие услуги (товары) произведены платежи;

- сведения о деятельности региональных отделений не являются относимыми доказательствами, поскольку они являются самостоятельными юридическими лицами со своими ИНН, ОГРН, юридическими адресами, отличными от адреса лица,

подавшего возражение. Документы не раскрывают предпринимательскую деятельность, приносящую доход;

- что касается сувенирной продукции, то она используется для продвижения и рекламы деятельности лица, подавшего возражение, как общественной организации, а не предприятия;

- представленные фото здания и музея недостаточны для вывода о ведении предпринимательской деятельности;

- в материалах возражения не определена территория, на которой лицо, подавшее возражение доказывает известность спорного обозначения «Союз женщин России» как предприятия; не указаны виды предпринимательской деятельности; отсутствуют доказательства известности коммерческого предприятия и установки соответствующей вывески с подтверждением даты ее установки;

- способность введения потребителей в заблуждение не доказана, при этом довод о способности вводить потребителей в заблуждение не носит доказанного характера.

В подтверждение своих доводов правообладателем представлены следующие документы:

- сведения об участии правообладателя в мероприятиях - [47];

- скриншоты с сайта <http://gordostnatsii.ru/> - [48];

- сведения о поддержке правообладателем производства кино- и телефильмов - [49];

- благодарственные письма - [50];

- сведения о деятельности фонда по поддержке участников СОВ - [51];

- практика Суда по интеллектуальным правам - [52].

В соответствии с пунктом 45 Правил ППС коллегией были выдвинуты дополнительные основания для признания недействительным предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку по свидетельству № 873668, которые учитываются при формировании вывода коллегии по результатам рассмотрения спора. А именно, исходя из смыслового значения словесных элементов «Женщины России» (представляет собой широкий круг населения Российской Федерации), входящих в оспариваемый товарный знак, оспариваемая регистрация в отношении всех товаров и услуг, указанных в свидетельстве,

противоречит общественным интересам в соответствии с пунктом 3 (2) статьи 1483 Кодекса.

Стороны спора прокомментировали выдвинутые коллегией дополнительные основания по пункту 3 (2) статьи 1483 Кодекса.

Лицо, подавшее возражение, просит расширить изложенные в возражении основания против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 873668 по пункту 3 (2) статьи 1483 Кодекса. Так, женщины - это особая социально-демографическая группа. По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат) на 1 января 2022 г. численность женщин Российской Федерации составила 77,9 млн. человек. Приведенные цифры позволяют сделать вывод о том, что предоставление правообладателю монопольного права на использование словосочетания «Женщины России», обладающего столь однозначной семантикой, в отношении всех товаров 16 и услуг 35, 36, 41 и 45 классов МКТУ, противоречит общественным интересам, поскольку затрагивает интересы широкого слоя населения. Коммерциализация оспариваемого товарного знака может помешать нормальному ходу гражданского оборота, что дает необоснованные преимущества, поскольку товар и/или услуга рекомендован большинством женщин России. Использование оспариваемого товарного знака может поставить в неравные условия права и интересы других социально-демографических групп, например, мужчин России.

Правообладатель отметил, что противоречие общественным интересам оспариваемого товарного знака лицо, подавшее возражение, указало в возражении только в отношении части товаров. По смыслу приведенных норм права при принятии решения по рассмотрению возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку административный орган связан доводами, содержащимися в возражении, и не может выйти за их пределы. Как неоднократно отмечал Суд по интеллектуальным правам, основания оспаривания зарегистрированного товарного знака не могут быть учтены Роспатентом по собственной инициативе без поданного по соответствующему основанию возражения заинтересованного лица (решения по делам: №№ СИП-851/2021, СИП-3/2022, СИП-1089/2021). Следовательно, у

Роспатента отсутствуют полномочия по признанию недействительным предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку по свидетельству № 873668 в отношении всех товаров и услуг по основанию, предусмотренному пунктом 3 (2) статьи 1483 Кодекса. Пункт 45 Правил ППС имеет отношение только к тем правовым основаниям, которые не были отражены в материалах возражения и были установлены административным органом в ходе процедуры его рассмотрения. Между тем названная норма не предоставляет административному органу право определять желаемый для заявителя объем правовой охраны заявленного обозначения: по результатам экспертизы заявленного обозначения или рассмотрения возражения фактически предоставленный объем правовой охраны может быть уже желаемого, но не может быть шире того объема, который испрашивал заявитель по заявке. Условие охраноспособности «противоречие общественным интересам» относится к абсолютным основаниям, когда общественным интересам противоречит само обозначение, а не его регистрация на имя конкретного лица. Обозначение «Женщины России» вызывает положительные эмоции, связанные с прекрасной половиной человечества, и не относится к противоречащим общественным интересам. Обоснование, что женщины представляют широкий круг населения, не относится ни к одному из случаев противоречащих общественных интересам. Обозначение «Женщины России» признавалось охраноспособным дважды: по настоящей заявке, а также ранее по свидетельству № 613707 с приоритетом 22.08.2014. Нельзя подменять понятие «товарный знак» как средство индивидуализации с адресной группой потребителей. По заявке № 2022706537 лица,



подавшего возражение, зарегистрирован товарный знак с приоритетом от 29.03.2022 в отношении товаров и услуг 16, 35, 41, 45 классов МКТУ и экспертиза не учитывала оспариваемый товарный знак. В связи с чем, поскольку отсутствует сходство словосочетаний «Союз женщин России» и «Женщины России» в отношении однородных товаров, у лица, подавшего возражение, нет заинтересованности в подаче настоящего возражения.

В подтверждение своих доводов правообладателем представлены распечатки судебных актов (постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.06.2022 г. по делу № СИП-851/2021, постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.07.2022 г., по делу № СИП-3/2022, решение Суда по интеллектуальным правам от 05.10.2022 г. по делу № СИП-1089/2021).

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 22.07.2022, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (08.06.2021) оспариваемого товарного знака по свидетельству № 873668, правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеупомянутые Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 2 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, которые относятся к объектам, не подлежащим правовой охране в соответствии со статьей 1231.1 настоящего Кодекса, или сходны с ними до степени смешения.

Согласно пункту 1 статьи 1231.1 Кодекса не предоставляется правовая охрана в качестве промышленного образца или средства индивидуализации объектам, включающим, воспроизводящим или имитирующим официальные символы, наименования и отличительные знаки либо их узнаваемые части:

- 1) государственные символы и знаки (флаги, гербы, ордена, денежные знаки и тому подобное);
- 2) сокращенные или полные наименования международных и межправительственных организаций, их флаги, гербы, другие символы и знаки;
- 3) официальные контрольные, гарантийные или пробирные клейма, печати, награды и другие знаки отличия.

Согласно пункту 2 статьи 1231.1 Кодекса указанные в пункте 1 настоящей статьи официальные символы, наименования и отличительные знаки, их узнаваемые части или имитации могут быть включены в промышленный образец или средство индивидуализации в качестве неохраняемого элемента, если на это имеется согласие соответствующего компетентного государственного органа, органа международной или межправительственной организации.

В соответствии с пунктом 36 Правил на основании пункта 2 статьи 1483 Кодекса устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не подлежащим правовой охране в соответствии со статьей 1231.1 Кодекса, или сходным с ними до степени смешения.

В соответствии с пунктом 3 (1) 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 или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 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 пунктом 3 (2) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

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 требованиями пункта 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Согласно пункту 1 статьи 1539 Кодекса правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Согласно пункту 2 статьи 1540 Кодекса исключительное право на коммерческое обозначение прекращается, если правообладатель не использует его непрерывно в течение года.

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

Согласно пункту 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 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

- 1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;
- 2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;
- 3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

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


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

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

Оспариваемый товарный знак Женщины России является словесным, выполнен стандартным шрифтом, буквами русского алфавита в одну строку, при этом первые буквы выполнены заглавными, остальные - строчные. Правовая охрана товарного знака действует на территории Российской Федерации в отношении товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом. Возражение мотивировано несоответствием произведенной регистрации оспариваемого товарного знака требованиям пунктов 2, 3 (1,2), 8 статьи 1483 Кодекса. Деятельность лица, подавшего возражение, связана с использованием обозначения «Женщины России» в наименовании организации и



обозначении «», претендующем на статус коммерческого. Также лицо, подавшее возражение, заявило о нарушении общественных интересов регистрацией оспариваемого товарного знака в отношении всех товаров и услуг. Следует отметить, что под общественными интересами подразумевается публичный порядок,

основы правопорядка. Заинтересованность применительно к пункту 3 (2) статьи 1483 Кодекса должна толковаться максимально широко, поскольку рассматриваемое основание оспаривания призвано защищать интересы общества и запрещать необоснованную монополию на товарные знаки (см. Определение Верховного Суда РФ от 11.11.2020 г. № 300-ЭС20-12511 по делу № СИП-819/2019). Свою заинтересованность лицо, подавшее возражение поясняет тем, что его публичные интересы, могут быть затронуты существующей регистрацией оспариваемого товарного знака, относящегося к широкому кругу населения. Также лицом, подавшим возражение, была подана заявка № 2022706537 в отношении товарного



знака с приоритетом от 29.03.2022 в отношении товаров и услуг 16, 35, 41, 45 классов МКТУ. При этом элементы «Союз женщин России» и «Женщины России» обладают фонетическим и семантическим сходством. Имеющиеся обстоятельства по своей совокупности свидетельствуют о том, что лицо, подавшее возражение, является заинтересованными в его подаче.

Довод правообладателя об отсутствии заинтересованности в подаче возражения, в том числе с учетом уже имеющихся прав у лица, подавшего возражение, на товарный знак по заявке № 2022706537, не приводит к иным выводам коллегии. Делопроизводство по каждой заявке ведется независимо, исходя из обстоятельств каждого конкретного дела.

Как указывалось ранее, в качестве основания для оспаривания предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку в отношении всех товаров и услуг указан пункт 3 (2) статьи 1483 Кодекса (с учетом дополнительных оснований, выдвинутых коллегией, а также расширительного толкования данного пункта лицом, подавшим возражение). В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям указанной нормы коллегия отмечает следующее.

Основание противоречия общественным интересам толкуется максимально широко, поскольку призвано защищать интересы общества и запрещать необоснованную монополию на товарные знаки. Оспариваемый товарный знак состоит из элементов «Женщины России» и в силу своего семантического значения

представляет собой широкий круг населения Российской Федерации. Согласно материалам возражения по данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат) на 1 января 2022 г. численность женщин Российской Федерации составила 77,9 млн. человек. Смысловое значение оспариваемого товарного знака очевидно, при этом охватывает широкий круг населения Российской Федерации и является социально значимым для общества. Предоставление исключительного права на использование обозначения «Женщины России» лишь одному лицу (правообладателю) в целях извлечения прибыли, коммерциализации противоречит общественным интересам и способно вызвать возмущение членов общества.

При этом, применительно к товарам 16 класса МКТУ «*бумага туалетная, мешки пластиковые для уборки отходов домашних животных, ленты сигарные*», услуг 41 класса МКТУ «*услуги казино, игры азартные*», услуг 45 класса МКТУ «*бальзамирование; бюро похоронные; кремация; услуги по выгулу собак; услуги погребальные, проведение религиозных и ритуальных церемоний*», оспариваемый товарный знак с учетом семантического значения заложенных в него элементов, не приводит к улучшению социального положения женщин, что противоречит общественным интересам.

Следовательно, правовая охрана оспариваемому товарному знаку по свидетельству № 873668 предоставлена с нарушением требований, регламентированных пунктом 3 (2) статьи 1483 Кодекса, в отношении всех товаров и услуг, указанных в перечне регистрации.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 2 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Исходя из смыслового значения, оспариваемый товарный знак в целом не является государственной символикой, наименованием международных и межправительственных организаций (их символами, знаками), не относится к наградам, знакам отличия, а также не является их имитацией. Включение слова «России» в состав оспариваемого товарного знака, как производного от наименования Российская Федерация, само по себе не приводит к нарушению нормы

пункта 2 статьи 1483 Кодекса. Согласно данным Госреестра в настоящее время зарегистрировано большое количество товарных знаков, включающих элемент «Россия»: ЛУЧШИЕ ЛЮДИ РОССИИ по свидетельству № 276712, приоритет от 08.07.2003, правообладатель: Бруй А.В., г. Юбилейный, товары 16, услуги 35, 41 классов МКТУ;

Королева России

по свидетельству № 739665, приоритет от 14.02.2019, правообладатель: ООО Информационное агентство "МЕДИА ТЕЛЕКОМ ГРУПП",



Москва, услуги 35, 41 классов МКТУ; по свидетельству № 684314, приоритет от 16.02.2018, правообладатель: ФГБОУ высшего образования "Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации", Москва, товары 16, услуги 35, 41, 42 классов МКТУ и т.д. Данный список не является исчерпывающим, при этом в товарных знаках отсутствует дискламация словесного элемента «России».

Следовательно, у коллегии нет оснований считать, что правовая охрана оспариваемому товарному знаку по свидетельству № 873668 предоставлена с нарушением требований, регламентированных пунктом 2 статьи 1483 Кодекса.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В отношении довода лица, подавшего возражение, что оспариваемый товарный знак по свидетельству № 873668 со словесным элементом «Женщины России» является сходным до степени смешения с фирменным наименованием и коммерческим обозначением (символикой) общероссийской общественно-государственной организации «Союз женщин России», исключительные права на которые возникли ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака, коллегия отмечает следующее.

Лицом, подавшим возражение, является Общероссийская общественно-государственная организация «Союз женщин России». Согласно уставным документам [1,2] лицо, подавшее возражение, «является некоммерческой

корпоративной организацией, которая не преследует извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяет полученную прибыль между своими членами».

Исходя из толкования пункта 1 статьи 1473 Кодекса юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Таким образом, фирменное наименование касается коммерческого предприятия, в то время как лицо, подавшее возражение, является некоммерческой организацией. Следовательно, поскольку отсутствует право на фирменное наименование у лица, подавшего возражение, то и основания для нарушения по пункту 8 статьи 1483 Кодекса отсутствуют.

В отношении довода лица, подавшего возражение, в части старшего права на



коммерческое обозначение «*Сюз женщин России*» со словесным элементом «Союз женщин России» коллегия отмечает следующее.

Согласно пункту 1 статьи 1538 Кодекса юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (*в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами*), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий (статья 132) коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Материалы [6] касаются управления «Союза женщин России». Из представленных документов [1,2] прямым образом не следует, что лицо, подавшее возражение, как некоммерческая организация вправе осуществлять

предпринимательскую деятельность в интересах третьих лиц и для извлечения прибыли. В указе Президента РФ [3] обозначено, что основными направлениями деятельности «Союза женщин России» являются: защита прав и интересов женщин; повышение общественного статуса женщин и их роли в политической экономической и т.д. жизни страны, поддержка социальных инициатив и т.д.

В уставных документах [2] отмечено, что лицо, подавшее возражение, «является некоммерческой корпоративной организацией, которая не преследует извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяет полученную прибыль между своими членами». В пункте 4.3 Устава [2] отмечено, что лицо, подавшее возражение, вправе осуществлять следующую деятельность: организовывать и проводить конференции, семинары, симпозиумы, фестивали, выставки, концерты и т.д.; для достижения целей и предмета деятельности, ради которых создан Союз, вправе осуществлять соответствующим этим целям предпринимательскую и иную приносящую доход деятельность в соответствии с Кодексом и другими законодательными актами, внешнеэкономическую деятельность, приобретать имущество, предназначенное для ведения предпринимательской деятельности; содействовать организации социального туризма; осуществлять деятельность в области образования, просвещения населения и т.д.

В связи с этим, анализ представленных документов на предмет наличия старшего права у лица, подавшего возражение, на коммерческое обозначение показал следующее.

Лицо, подавшее возражение, утверждает, что использует обозначение



в качестве коммерческого обозначения, включающее словесный элемент «СОЮЗ ЖЕНЩИН РОССИИ». Оспариваемый товарный знак также содержит словесный элемент «Женщины России», фонетически и семантически сходный с элементом «СОЮЗ ЖЕНЩИН РОССИИ».

С учетом положений пункта 1 статьи 1539 Кодекса необходимо устанавливать, существует ли спорное обозначение, используется ли оно конкретным лицом для индивидуализации конкретного предприятия, с какого момента такое использование началось и продолжается ли его использование. Кроме того, следует устанавливать, обладает ли коммерческое обозначение достаточными различительными признаками и имеются ли соответствующие доказательства приобретения известности коммерческим обозначением на определенной территории. При этом, должна быть установлена вся совокупность условий, предусмотренных названной правовой нормой. В случае недоказанности наличия хотя бы одного из этих условий исключительное право на коммерческое обозначение не может считаться возникшим.

Согласно выписке из ЕГРН [4], указу Президента РФ [3] у лица, подавшего возражение, на правах собственности владеет нежилым зданием по адресу: г. Москва, Глинищевский переулок, д. 6. Охранно-арендные договоры [20] касаются нежилого здания по адресу: г. Москва, пер. Глинищевский, д. 6. Договор [21] касается предоставления земельного участка в пользование на условиях аренды. Материалы [24] представляют собой данные о штатной численности «Союза женщин России».

Материалы [5] касаются сведений о региональных отделениях общественных объединений, входящих на правах членов в «Союз женщин России», расположенных в Белгородской, Воронежской, Ивановской, Калужской, Липецкой, Московской, Тамбовской, Тверской, Ярославской областях и т.д., а также Москве, Республиках Адыгея, Крым, Калмыкия, Севастополе, Краснодарском крае, Челябинской области, Тюменской области, Алтайском крае, Иркутской области, Дагестане и т.д. Материалы [23] касаются акта приема-передачи оборудования (ноутбуков) в региональные отделения «Союза женщин России» от 26.11.2019 г.

В соответствии с актом приема-передачи рисунка «Союзу женщин России» [7] в 1993 году передан рисунок с согласия автора в дар для использования в качестве официальной эмблемы.

Сведения о политическом движении «Женщины России» [8] представлены за периоды 1995 и 1999 гг., когда в гражданском законодательстве не существовало такого объекта как «коммерческое обозначение», при этом данные материалы

содержат разные изображения «Женщины России»:



Вместе с тем, согласно пункту 2 статьи 1538 Кодекса «коммерческое обозначение может использоваться правообладателем для индивидуализации одного или нескольких предприятий. Для индивидуализации одного предприятия не могут одновременно использоваться два и более коммерческих обозначения».

Интернет-ресурс «Союза женщин России» [9] зарегистрирован 24.04.2020 за номером свидетельства ЭЛ № ФС 77-78338 с адресом редакции: г. Москва, Глинищевский переулок, д. 6. Сведения [26] касаются лицензии печатного СМИ ПИ № ФС 77 - 79604, журнала «Союз женщин России».

Письма Правительства РФ [10], сведения о международном сотрудничестве [11] касаются организации общественной деятельности лица, подавшего возражение.

Часть данных Интернет-ресурсов [12-19], инвентаризационная опись по состоянию на 31.12.2021 г. [22], журнал [35] «Союз женщин России» за сентябрь 2021 г., договор в отношении сувенирной продукции [39], платежные поручения [40], выписка [41], часть публикаций в СМИ [43] датированы позже даты приоритета оспариваемого товарного знака, что не позволяет их учет в рамках рассматриваемого дела. В остальных документах присутствует указанное



обозначение: < (веб-архив от 24.10.2007 г.).

В распечатке с сайта izi.TRAVEL [25] представлен перечень экспонатов «Музея Союза женщин России». Из договоров, платежных поручений, приложений, банковских документов [27-34] усматривается изготовление рекламно-полиграфической продукции, журнала и иной продукции (блокноты, флаги, визитки,

календари и т.п.). Материалы [36] касаются договора и иных документов к нему на администрирование сайта за 2020 год.

Вместе с тем, из представленных документов не усматривается фактических данных о работе музея, проведения в нем экскурсий, количестве посетителей. Сведений, где и при каких фактических обстоятельствах распространялись журналы, сувенирная продукция не имеется.

Материалы о СМИ [37] касаются телепрограммы «Женский вопрос» и не относятся к рассматриваемому делу.

Документы [38] касаются доходов и расходов «Союза женщин России» за период 2020-2022 гг. и не содержат исчерпывающих сведений о товарах, либо услугах, производимых и оказываемых в интересах третьих лиц. Платежная документация [40], как указывалось выше, датирована позднее даты приоритета, при этом из нее не следует, что товары (например, «платки с бахромой, панамы, ветровки, значки» и т.д.) производились в интересах третьих лиц, а не с целью сувенирной продукции для организации деятельности лица, подавшего возражение.

Скриншоты, выписки из ЕГРЮЛ о региональных отделениях [42] либо не содержат дат, либо не представляется возможным оценить фактические обстоятельства деятельности с использованием вышеуказанного коммерческого обозначения. При этом, не на всех скриншотах присутствует исследуемое обозначение.

Материалы [44] касаются информации о членстве «Союза женщин России» в международных женских организациях.

В публикациях СМИ о «Союзе женщин России», фото- и видеоматериалах, журнале за ноябрь 2019 г. [43,45,46] представлена общая информация о деятельности лица, подавшего возражения, в том числе до даты приоритета оспариваемого товарного знака. Так, в частности, из публикации от 11.10.2019 следует, что «Союз женщин России», созданный в ноябре 1990 года, является правопреемником Комитета советских женщин, с 1941 по 1956 год носящего название Антифашистский комитет советских женщин. За 50 лет своего существования Комитет выполнял очень важную миссию в деле объединения

советских женщин и женщин зарубежных стран в борьбе за мир и безопасность, очень много сделал в области совершенствования законодательства и механизмов, обеспечивающих улучшение положения женщин, семьи, детей. Приобретя новый статус, «Союз женщин России» продолжает полезный опыт, традиции, заложенные Комитетом. В статье также упоминаются основные национальные проекты социальной направленности, международное сотрудничество с женскими организациями приграничных территорий, посредничество в развитии женского предпринимательства и т.д. Вместе с тем, каких-либо официальных документов о правопреемстве лица, подавшего возражение, и вышеуказанных исторических лиц не имеется.

Таким образом, само по себе использование обозначения не свидетельствует о наличии у него признаков, присущих коммерческому обозначению. Из материалов дела не следует, что лицо, подавшее возражение, представляет собой предприятие как имущественный комплекс, исходя из требований, предъявляемых пунктами 2 статьи 132 Кодекса («Предприятие») и статьями 1538 Кодекса («Коммерческое обозначение»), 1539 Кодекса («Исключительное право на коммерческое обозначение»).

Кроме того, разрешительной документации на использование вывески, а также договоров в отношении ее разработки в материалы дела не представлено. В возражении также отсутствуют фактические данные о рекламной кампании лица, подавшего возражение, а также не представляется возможным удостовериться, с какой именно даты началось фактическое использование вышеуказанного обозначения, претендующего на статус общеизвестного. В связи с чем, невозможно сделать вывод об известности коммерческого обозначения лица, подавшего возражение, с определенной даты и в пределах определенной территории.

Анализ имеющихся в деле документов показал, что деятельность лица, подавшего возражение, а также его региональных филиалов касается его функционирования как общественной организации. При этом не представляется возможным определить, осуществлялось ли производство, реализация, реклама исследуемых товаров и услуг в интересах третьих лиц и были ли получены доходы от такой предпринимательской деятельности с использованием исследуемого обозначения.

Следовательно, у коллегии нет оснований считать, что лицо, подавшее возражение, обладает «старшим» правом на коммерческое обозначение.

Таким образом, довод лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака нормам, установленным пунктом 8 статьи 1483 Кодекса, является недоказанным.

В качестве несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В возражении указано, что оспариваемый товарный знак может быть воспринят как обозначение, принадлежащее «Союзу женщин России». Кроме того, оспариваемый товарный знак способен породить у среднего российского потребителя представление о принадлежности товаров (услуг), маркируемых им, лицу, имеющему государственную форму собственности или связанному с государственными структурами, что не соответствует действительности.

Вместе с тем, представляется, что вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно производителя может быть сделан в том случае, если однородные товары/услуги иного лица, маркированные спорным обозначением, ранее присутствовали в гражданском обороте, и у потребителя сложилась устойчивая ассоциативная связь данных товаров/услуг, сопровождаемых оспариваемым товарным знаком, с этим лицом.

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. С учетом изложенного для вывода о возможности введения потребителей в заблуждение через ассоциацию с иным лицом, оказывающим услуги, 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 (услугой) и его предшествующим производителем.

Однако, из имеющихся в деле материалов не представляется возможным прийти к выводу, что включение словесного элемента «Россия» в оспариваемый

товарный знак, предназначенный для индивидуализации товаров 16, услуг 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, влечет за собой возникновение у потребителей устойчивой ассоциативной связи с государственными органами или государственной формой собственности, либо с исключительно с лицом, подавшим возражение, в результате осуществления им своей деятельности. При этом, мнения потребителей о восприятии оспариваемого товарного знака материалы возражения не содержат. Каких-либо фактических обстоятельств, подтверждающих данный довод, в материалах дела не имеется.

На основании вышеизложенного, не представляется возможным прийти к выводу, что оспариваемый товарный знак вызывает в сознании потребителя неправильное представление о товарах 16, услугах 35, 36, 41, 45 классов МКТУ, либо об их производителе, не соответствующие действительности.

Таким образом, довод лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака нормам, установленным пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса, является недоказанным.

Довод об использовании товарного знака «Женщины России» совместно с наименованием формы некоммерческой организации «фонд» не относится к существу спора.

Довод о наличии авторского права на название периодического издания «Женщины России» к вышеуказанным основаниям для оспаривания регистрации товарного знака по свидетельству № 873668 существенного отношения не имеет.

Анализ материалов отзыва показал, что правообладатель принимает участие в различных мероприятиях (благотворительные выставки, акции, деловые форумы, благотворительные концерты и т.д.), в том числе в качестве организатора. Правообладателем 14.08.2020 зарегистрировано в качестве СМИ периодический журнал «ГОРДОСТЬ НАЦИИ» (присутствует также обозначение «Женщины России») тиражом 1 500 экземпляров с выпуском 6 раз в год. За благотворительную деятельность фонда правообладатель обладает различными письмами и благодарностями [47-51]. Вместе с тем, имеющийся в деле отзыв не опровергает

вышеизложенные выводы коллегии в части противоречия оспариваемого товарного знака требованиям законодательства.

Оценка действий в части недобросовестной конкуренции и злоупотребления гражданскими правами не входит в компетенцию Федеральной службы по интеллектуальной собственности.

Представленные ссылки на судебные акты не имеют преюдициального значения.

Заявление правообладателя о сокращении перечня не приводит к преодолению указанных выше обстоятельств на основании вышеизложенных выводов.

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

удовлетворить возражение, поступившее 22.07.2022, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 873668 недействительным полностью.