


ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой 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), рассмотрела возражение, поступившее 21.03.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «РЕДМОНД», Санкт-Петербург, (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №883937, при этом установила следующее.



Оспариваемый товарный знак «» по заявке №2022705804, поданной 01.02.2022, зарегистрирован 02.08.2022 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 883937 на имя Индивидуального предпринимателя Томилова Павла Юрьевича, Омская область, г. Омск, (далее - правообладатель), в отношении товаров 11, 21 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В поступившем 21.03.2025 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении, а также дополнениях к нему от 25.07.2025 выражено мнение лица, его подавшего, о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №883937 в отношении части товаров 11 класса МКТУ *«отпариватели для тканей; парогенераторы, за исключением частей машин,*

нагреватели для утюгов» произведена в нарушение требований, установленных положениями пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемое обозначение использовалось компанией ООО «Редмонд» задолго до подачи заявки на регистрацию товарного знака 01.02.2022 SKYIRON;

- для доказательства использования обозначения SKYIRON с обозначением REDMOND и возникновения ассоциативного ряда был использован инструмент Вордстат, который показывает статистику поисковых запросов к Яндексу;

- первое использование на территории Российской Федерации зафиксировано на стороннем ресурсе, где 25.11.2015 г. выложен обзор единственного в России «умного» утюга REDMOND SKYIRON RI-C205S

<https://habr.com/ru/companies/redmond/articles/369047/>;

- обзоры утюга Redmond SKYIRON C250S с управлением через Bluetooth до даты приоритета представлены на сайтах <https://www.ixbt.com/home/redmond-ri-c250s.shtml>, <https://www.ixbt.com/home/redmond-ri-c265s-review.html>, <https://irecommend.ru/content/utyug-redmond-skyiron-c254s>, <https://irecommend.ru/content/upravlenie-iz-lyuboi-tochki-mira-umnyi-utyug-balovstvo-ili-nezamenimyi-pomoshchnik> https://otzovik.com/review_7795109.html;

- в социальной сети Вконтакте, в официальной группе бренда REDMOND впервые 26.07.2015 размещена реклама заявленного обозначения SKYIRON на товары утюги;

- товары, маркированные товарным знаком REDMOND с обозначениями SKYIRON, импортируются официальными импортерами (ООО «АЛЬФА» (ИНН 7804517680), ООО «ОРЛИС» (ИНН 7811255468), с разрешения правообладателя ООО «РЕДМОНД»;

- использование товарного знака подтверждается введением в гражданский оборот продукции с обозначением SKYIRON сертификатами;

- обозначение SKYIRON входит в серию товаров от бренда REDMOND – линейка умной техники: SKYBALANCE, SKYBAKER, SKYCENTER, SKYKETTLE, SKYOVEN, SKYWIPER;

- технику бренда REDMOND, в том числе с обозначением SKYIRON, разрабатывают, ввозят, продают, рекламируют группа компаний: ООО «РЕДМОНД», ООО «ИЛОТ», ООО «ОРЛИС», между собой все компании связаны договорными отношениями, в том числе и на обозначение SKYIRON;

- линейка умной техники бренда REDMOND впервые была представлена на выставке Home Appliances. Design & Technologies 2015 в г. Москва, что подтверждается скриншотами с сайта лица, подавшего возражение, и со стороннего ресурса, где был выложен обзор выставки - https://btest.ru/novosti/v_moskve_sostoyalas_vystavka_bytovoj_tehniki_home_appliances_design_technologies_2015/ (участие в выставке было оплачено лицензиатом ООО «Технопоиск»);

- компания-лицензиат ООО «Технопоиск» презентовала свою линейку умной техники на международной выставке с 4 по 9 сентября на крупнейшей выставке бытовой и электронной техники IFA 2015, в выставочном комплексе Messe Berlin;

- в 2018 году на выставке в Китае <https://redmond.company/news/canton-fair-2018-ready-for-sky-redmond/> была презентована полная линейка умной техники;

- с 2008 год бренд REDMOND реализуют свою технику через крупных ритейлеров, например, М-видео, Медиа-маркет, DNS и других, которые представлены практически во всех регионах Российской Федерации;

- в 2015 году клуб DNS выложил обзор утюга Redmond SkyIron C250S https://club.dns-shop.ru/review/t-173-utyugi/13411-redmond-skyiron-c250s-umnyii-utug-s-vyihodom-v-internet/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F;

- у бренда REDMOND своя сеть магазинов REDMOND SMART HOME, в которых реализуется также техника умной линейки. Магазины расположены практически во всех округах. Таким образом, техника представлена на всей территории Российской Федерации;

- социологический опрос, проведенный на сайте Анкетолог.ру, показывает, что большинство респондентов подтвердили, что данная линейка ассоциируется с брендом REDMOND.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №883937 недействительным в отношении части товаров 11 класса МКТУ, а именно *«отпариватели для тканей; парогенераторы, за исключением частей машин, нагреватели для утюгов»*.

К возражению, а также дополнениям приложены следующие документы:

1. Ответ от ИП Томилова;
2. Ответ ФИПС;
3. Подбор Яндекс Вордстат о запросе обозначения SKYIRON ТОМИЛОВ за январь - декабрь 2022;
4. Подбор Яндекс Вордстат о запросе обозначения SKYIRON в настоящее время;
5. Запрос в поисковой системе GOOGLE;
6. Запрос в поисковой системе ЯНДЕКС;
7. Уведомление по заявке №2023797319 SKYIRON;
8. Сведения сайтов, указанных в возражении;
9. Сведения официальной группы лица, подавшего возражение, в социальной сети «ВКОНТАКТЕ»;
10. Сертификаты соответствия;
11. Сведения о выставках;
12. Информация о размещении рекламы в печатных изданиях: Журнал «Лиза. Мой ребенок» No10/2015 (Издательство Бурда), https://www.google.ru/books/edition/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB_%D0%9B%D0%B8%D0%B7%D0%B0_%D0%9C%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%B5%D0%BD/msybCgAAQBAJ?hl=ru&gbpv=0, Журнал «Лиза. Мой ребенок» No05/2016 https://www.google.ru/books/edition/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB_%D0%9B%D0%B8%D0%B7%D0%B0_%D0%9C%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%B5%D0%BD/OHcIDAAAQBAJ?hl=ru&gbpv=0;

13. Результаты социологического интернет-опроса.

Правообладатель оспариваемого товарного знака, уведомленный надлежащим образом о поступившем возражении и дополнениях к нему, свой отзыв не представил.

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

С учетом даты (01.02.2022) 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).

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


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 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям,

предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом.

В своем возращении, лицо, его подавшее утверждает, что им использовалось на протяжении длительного времени в своей коммерческой деятельности обозначение «SKYIRON», сходное, по мнению лица, подавшего возращение, с оспариваемым товарным знаком. В связи с чем оспариваемый товарный знак ассоциируется с деятельностью именно лица, подавшего возращение, а не с его правообладателем (Индивидуальным предпринимателем Томиловым Павлом Юрьевичем). Лицом, подавшим возращение, была подана заявка №2023797319 [7], в рамках экспертизы которой был выявлен товарный знак по свидетельству №883937 и указан в качестве препятствия к регистрации обозначения. Вышеизложенное позволяет признать лицо, подавшее возращение, заинтересованным в подаче настоящего возращения по основанию, изложенному в пункте 3 (1) статьи 1483 Кодекса.




Оспариваемый товарный знак «» по свидетельству №883937 включает стилизованное изображение облака, на фоне которого размещены слова «SKY IRON LAB», выполненные заглавными буквами латинского алфавита. Буква «О» выполнена с графической проработкой в виде колбы с жидкостью. Слово «LAB» выведено из правовой охраны. Правовая охрана товарного знака действует в отношении товаров 11 и 21 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Лицо, подавшее возращение, указывает на то, что способность оспариваемого обозначения вводить потребителей в заблуждение основана на ассоциациях этого обозначения с лицом, подавшим возращение, как лицом, реализующим товары 11 класса МКТУ, а именно приборы электрические бытового назначения (электроутюги) и просит в связи с этим прекратить правовую охрану частично, а именно в отношении товаров 11 класса МКТУ *«отпариватели для тканей»*;

парогенераторы, за исключением частей машин, нагреватели для утюгов» на основании пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса.



Сам по себе товарный знак «» по свидетельству №883937 не содержит сведений, которые бы являлись ложными или вводящими потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

Вместе с тем, вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным производителем товаров на основании имеющегося опыта. Для такого вывода необходимо наличие доказательств, подтверждающих активное и интенсивное использование обозначения лицом, подавшим возражение, в результате чего у потребителей способна возникнуть стойкая ассоциативная связь между указанным лицом и товарами 11 класса МКТУ, которые вводятся в гражданский оборот под соответствующим обозначением.

В подтверждение вышеизложенного в материалы дела лицом, подавшим возражение, представлены материалы [5-12]: сведения из сети Интернет о продукции компании REDMOND, сертификаты соответствия, сведения об участии в выставках, информация об упоминании бренда в СМИ, результаты социологического опроса, проведенного на сайте Анкетолог.ру.

Анализ вышеуказанных документов показал, следующее.

Из результатов поисковых запросов [5, 6] следует, что обозначение «SKYIRON» используется совместно со словом «REDMOND» для обозначения умных утюгов, вместе с тем, результаты данных запросов не содержат дат, в связи с чем, соотнести с датой приоритета не представляется возможным.

Кроме того следует отметить, что результаты поисковых запросов не могут являться убедительным доводом относительно довода лица, подавшего возражение, о вводе потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары,

поскольку поисковая выдача формируется на основании большого количества критериев, включая местоположение конкретного пользователя, его интересы и предпочтения по результатам предыдущих поисковых сессий.

Лицо, подавшее возражение, представило обзоры на Интернет-сайтах утюга Redmond SKYIRON C250S с управлением через Bluetooth [8]. Часть сайтов <https://www.ixbt.com/home/redmond-ri-c250s.shtml>, <https://www.ixbt.com/home/redmond-ri-c265s-review.html>, https://otzovik.com/review_7795109.html, <https://habr.com/ru/companies/redmond/articles/369047/> представляет собой иностранные сайты, в связи с чем, невозможно установить были ли данные сведения доступны российскому потребителю.

Сведения об иностранных выставках (IFA 2015, выставка в Китае <https://redmond.company/news/canton-fair-2018-ready-for-sky-redmond/>) не могут быть приняты в качестве доказательств известности, поскольку не иллюстрируют осведомлённость российского потребителя.

Сайты <https://irecommend.ru/content/utyug-redmond-skyiron-c254s>, <https://irecommend.ru/content/upravlenie-iz-lyuboi-tochki-mira-umnyi-utyug-balovstvo-ili-nezamenimyi-pomoshchnik>, содержат 2 обзора пользователей продукции компании REDMOND, в том числе, продукции с маркировкой «SKYIRON», общее количество голосов потребителей не превышает 50 штук, иных сведений о просмотрах вышеуказанных сайтов в материалы дела не представлено.

Лицом, подавшим возражение, представлены сведения об официальной странице в социальной сети «ВКОНТАКТЕ» бренда REDMOND, в которой размещалась реклама продукции (утюг) под обозначением «SKYIRON».

Следует отметить, что используемое лицом, подавшим возражение, обозначение «SKYIRON» представляет собой слитное написание слов «SKY IRON» (в переводе с английского языка на русский язык имеет значение «небесное железо», «небо железо» см. <https://translate.google.com>), является сходным основному индивидуализирующему элементу «SKY IRON» оспариваемого товарного знака,

однако, одного сходства/тождества недостаточно для вывода о том, что потребитель может быть введен в заблуждение относительно источника происхождения товаров.

В своем возращении лицо, его подавшее, указывает, что товары, маркированные товарным знаком REDMOND с обозначениями SKYIRON, реализуются на территории Российской Федерации официальными импортерами (ООО «АЛЬФА» (ИНН 7804517680), ООО «ОРЛИС» (ИНН 7811255468). Сертификаты соответствия [10] выданы различным лицам, в частности, ООО «АЛЬФА», ООО «АЛЬЯНС», ООО «ОРЛИС». Согласно данным сертификатам изготовителем продукции «Приборы бытовые электрические утюги торговой марки «REDMOND» является компания «REDMOND INDUSTRIAL GROUP LLC», место нахождения Соединенные Штаты Америки, филиал изготовителя «Power Point Inc. Limited», место нахождения Китай.

Вместе с тем, в материалы возращения не представлены фактические сведения об объемах реализованной продукции лицом, подавшим возращение, до даты приоритета оспариваемого товарного знака на территории Российской Федерации. В связи с чем, отсутствуют основания полагать, что продукция лица, подавшего возращение, была доведена до конечного российского потребителя, была ему известна. В отсутствие данных сведений невозможно установить географию распространения продукции, а также прийти к выводу о том, с деятельностью какого конкретно лица российский потребитель ассоциирует обозначение «SKYIRON».

Сведения, представленные лицом, подавшим возращение, об участии в выставке «Home Appliance. Design and Technologies.2015», о размещении рекламы в журналах также не подтверждают известность обозначения «SKYIRON», поскольку не содержат фактических сведений о том, какому количеству людей была доступна эта информация и как часто реклама была им видна.

Таким образом, материалами возращения не подтверждён довод лица, подавшего возращение, о реализации товаров под обозначением «SKYIRON» и известности данного обозначения на территории Российской Федерации.

В материалы возражения не представлено и мнения самих потребителей, на основании которого можно было прийти к выводу о том, что они принимают продукцию, произведенную лицом, подавшим возражение, за продукцию правообладателя оспариваемого товарного знака.

Лицом, подавшим возражение, представлены результаты интернет-опроса, проведенного на сайте Анкетолог.ру. [12], согласно которому, респондентам был задан вопрос №3 «С каким брендом бытовой техники у вас ассоциируется название SKYKETTLE, SKYOVEN, SKYCOOKER, SKYIRON, SKYHEAT, SKYCENTER», 115 человек из 402 опрошенных ответили, что ассоциируют вышеуказанные обозначения с брендом «Redmond».

Коллегия отмечает, что указанные результаты не могут быть приняты в качестве доказывающих известность обозначения «SKYIRON», поскольку не содержат ретроспективных сведений, которые можно считать сложившимися до даты приоритета оспариваемого товарного знака.

Количество опрошенных должно отвечать целям объективности проводимого опроса. В связи с этим их максимальное количество не ограничивается, а минимальное, как правило, не должно быть менее 500 в каких-либо двух населенных пунктах и менее 125 в каждом другом населенном пункте. В данном случае количество опрошенных меньше 500 человек, а сведения о географии опроса и респондентах (возраст; пол; образование; социальное положение; материальное положение) вовсе отсутствуют.

Вместе с тем, отсутствуют сведения о том, что лицо (Общество с ограниченной ответственностью «Институт Общественного Мнения Анкетолог»), оказываемое услуги по проведению онлайн-опросов и маркетинговых исследований является организацией, специализирующейся в области проведения социологических исследований.

Учитывая вышеизложенное, коллегия усматривает, что представленные материалы не свидетельствуют о длительном и широком использовании обозначения «SKYIRON» в различных регионах Российской Федерации, в связи с

чем, у среднего российского потребителя могла бы сформироваться однозначная ассоциация между рассматриваемым обозначением и лицом, подавшим возражение.

Помимо прочего, в распоряжение коллегии не было представлено материалов, свидетельствующих о фактическом введении потребителя в заблуждение относительно производителя товаров при восприятии оспариваемого товарного знака.

Также не было представлено и данных социологического опроса, который бы подтверждал соответствующие доводы лица, подавшего возражение.

Таким образом, коллегия не имеет оснований для признания оспариваемого товарного знака не соответствующим требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 21.03.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №883937.