

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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за № 59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 31.08.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ЧИББИС», Архангельская область, город Архангельск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 18.04.2023 о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022764785 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Обозначение «» по заявке № 2022764785, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 13.09.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 09 и услуг 35, 39, 41, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки, в цветовом сочетании: «синий, желтый, белый».

Роспатентом 18.04.2023 было принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022764785 в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ.

В отношении товаров 09 класса МКТУ и всех услуг 39, 43 классов МКТУ было принято решение об отказе в государственной регистрации

товарного знака по заявке № 2022764785 ввиду несоответствия заявленного обозначения требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается тем, что в отношении товаров 09 и услуг 39, 43 классов МКТУ были выявлены сходные до степени смешения товарные знаки:

- «**ЧИБИС**», зарегистрированный ранее по свидетельству № 447492 с приоритетом от 30.08.2010 г. на имя Вишницкого Алексея Олеговича, 123098, Москва, Рогова ул., 7, корп.2, кв.250, в отношении товаров 09 класса МКТУ, признанных однородными всем заявленным товарам 09 класса МКТУ;



- «», зарегистрированный ранее по свидетельству № 175401 с приоритетом от 23.10.1998 г. на имя Общества с ограниченной ответственностью "БРЕНД-Маркет", 650066, г. Кемерово, пр-кт Ленина, д. 61, оф. 414, помещение 31Н в отношении услуг 39, 42 классов МКТУ, признанных однородными всем заявленным услугам 39, 43 классов МКТУ.

В поступившем 31.08.2023 возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента от 18.04.2023, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- сравниваемые обозначения создают разные стилистические впечатления за счет наличия в них уникальных изобразительных элементов;

- доминирующим элементом в заявленном обозначении являются стилизованные глаза и клюв птицы Чиббис, где глазами являются буквы «ББ»;

- входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «chiбbis» является фантазийным, словесный элемент противопоставленного товарного знака «Чибис» приобретает другое смысловое значение благодаря однозначному толкованию - небольшая птица, родственная кулику, ввиду чего нельзя утверждать о наличии семантического сходства между обозначениями;

- противопоставленный товарный знак по свидетельству № 175401 используется в оптовой торговле пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями, тогда как заявленное обозначение применяется для индивидуализации крупного сервиса по доставке еды на дом, являющегося посредником между ресторанами и потребителями;

- информация о товарах и услугах правообладателя товарного знака № 175401 не было выявлено, запрос в поисковых системах по свидетельству № 447492 не дал результатов, а также информации или ссылок на товары и услуги правообладателя;

- ввиду статуса одного из трех крупнейших агрегаторов доставки на рынке России и большого количества упоминаний в ряде средств массовой информации, заявленное обозначение приобрело сильную различительную способность и ассоциируется у широкого круга потребителей с названием сервиса по доставке еды на дом;

- социологическое исследование на предмет известности торгового знака «Chibbis» в целевой аудитории, вероятности смешения с другими сферами потребления, вероятности введения потребителя в заблуждение в отношении использования торгового знака позволяет сделать однозначный вывод о появлении у потребителя различительной способности в отношении товаров и услуг 39 и 42 классов МКТУ (Приложение 1);

- в отношении противопоставленных товарных знаков установить их различительную способность или узнаваемость на рынке и в медиа / Интернет-пространстве не удалось;

- новостные агентства регулярно выпускают статьи о создании платформы и о ее работе, среди них (более 30 источников информации):

- 1) <https://29.ru/text/gorod/2016/12/28/60463561/>, дата публикации: 28.12.2016;
- 2) <https://clck.ru/33tzyJ>, дата публикации: 18.01.2017;
- 3) <https://rb.ru/opinion/v-moskvu-ne-nado/>, дата публикации: 18.04.2017;

- 4) <https://www.iidf.ru/media/articles/heroes/sport-for-startupers/>, дата публикации: 19.07.2017;
- 5) <https://vc.ru/flood/40058-nam-moskva-ne-nuzhna-kak-chibbis-ru-pokoryaet-stranu-minuyastolicu>, дата публикации: 14.06.2018;
- 6) <https://bclass.ru/biznes/torgovlya/dostavit-lyuboy-tsenoy-rynok-dostavki-edy-v-arkhangelskerastyet-s-kazhdym-godom/>, дата публикации: 22.06.2019;
- 7) <https://vc.ru/food/139776-kak-koronakrizis-povliyal-na-dostavku-edy-v-regionah-iz-opytaservisa-zakaza-edy-chibbis-ru>, дата публикации: 06.07.2020;
- 8) <https://rb.ru/opinion/5-sovetov-molodym-predprinimateliam/>, дата публикации: 08.07.2021;
- 9) <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/433595-severnaya-dostavka-kak-kompaniya-izarhangelska-stala-krupneyshim>, дата публикации: 13.07.2021;
- 10) <https://secretmag.ru/selfie/blokirovka-akkauntov-za-krym-i-ban-ot-app-store-kak-fudtekstartap-poteryal-chetvert-pribyli-kompanii.htm>, дата публикации: 16.08.2021;
- 11) <https://incrussia.ru/concoct/chibbis/>, дата публикации: 16.11.2021;
- 12) <https://clck.ru/33u25o>, (Tadviser) дата публикации: 01.12.2021;
- 13) <https://www.retail.ru/articles/restorany-vs-agregator-dostavki-kogda-delo-dokhodit-dosuda/>, дата публикации: 24.12.2021;
- 14) <https://ecomhub.ru/chibbis-ru-counted-the-new-years-spending-on-food-pizza-and-rollsrule/>, дата публикации: 18.01.2022;
- 15) https://newretail.ru/persony/sergey_kryuchkov_chibbis_vse_stremyatsya_vyvesti_biznes_v_moskvu_i_sankt_peterburg_a_v_regionakh_pol3779/, дата публикации: 02.02.2022;
- 16) <https://sberbusiness.live/publications/v-liubom-biznese-nuzhno-imet-finansovuiu-podushkuna-sluchai-turbulentnosti-kak-predprinimateli-sokhraniat-svoi-biznes-i-sпокоиствие>, дата публикации: 25.05.2022;
- 17) <https://vc.ru/trade/435149-vera-vo-vkontakte-regiony-i-sebya-chem-zhivet-servis-dostavkiedy-chibbis-pribylnyy-v-otlichie-ot-krupnyh-sopernikov>, дата публикации: 03.06.2022;

18) <https://marketmedia.ru/media-content/glavnoy-problemoy-stali-ddos-ataki-it-army-ofukraine/>, дата публикации: 09.06.2022;

19) <https://vc.ru/food/469144-klienty-dovolny-agregatory-i-kafe-v-minuse-kak-pandemiyaspecoperaciya-i-peredel-rynka-povliyali-na-fudteh-v-rossii>, дата публикации: 30.08.2022;

20) <https://pr.dellin.ru/smi/bolshaya-ryba-sovety-dlya-teh-kto-hochet-rabotat-s-krupnymbiznesom/>, дата публикации: 06.09.2022;

21) <https://www.forbes.ru/mneniya/477497-priletel-nagadil-na-golovu-ekspertizoj-i-brosil-cementory-opasny-dla-biznesa>, дата публикации: 21.09.2022;

22) <https://marketing.rbc.ru/research/34344/>, дата публикации: 27.09.2022;

23) <https://e-pepper.ru/news/rossiyskiy-rynok-dostavki-gotovoy-edy-analitika-rbk.html>, дата публикации: 04.10.2022;

24) <https://marketing.rbc.ru/articles/13999/>, дата публикации: 09.02.2023;

25) <https://vc.ru/begovatovd/636029-servis-zakaza-edy-iz-restoranov-i-kafe-kotoryu-zahvatilregiony-no-vy-etogo-ne-zametili>, дата публикации: 21.03.2023;

26) https://pikabu.ru/story/chibbis_protiv_yandeksa_startap_iz_arkhangelska_protiv_monopolii_na_ryinke_dostavki_edyi_10080273, дата публикации: 27.03.2023;

27) <https://openarh.ru/gorodskaja-sreda/startap-ot-mifov-k-realnosti>;

28) http://totkublog.ru/sergey_kruchkov;

29) https://fdtch.ru/foodtech_2022#menuopen;

- основатели проекта «chibbis» регулярно участвуют в масштабных стартап-встречах, конференциях, форумах, активно продвигают бренд доставки в социальных сетях и других современных Интернет-ресурсах, а также инвестируют в рекламу сервиса (Приложения №№ 3-7).

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров 09 и услуг 39, 43 классов МКТУ.

В подтверждение своих доводов заявителем представлены следующие документы:

1. Социологическое исследование на предмет известности торгового знака «Chibbis»;
2. Мероприятия, в которых принимали участие представители бренда «Чиббис»;
3. Интервью и лекции создателей сервиса «Чиббис»;
4. Свидетельство о регистрации доменного имени «chibbis.ru»;
5. Акты сдачи-приемки услуг по рекламе, предоставленных ООО «Гугл»;
6. Статистика рекламных анонсов сервиса «Чиббис».

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (13.09.2022) поступления заявки № 2022764785 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 г. (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах.

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

Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

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

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

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.

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 настоящем пункте, 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).

Заявленное обозначение  является комбинированным, включает изобразительный элемент в виде клюва птицы, расположенного под буквами "бб", и словесный элемент «chi6bis», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита.

Правовая охрана испрашивается в отношении товаров 09 и услуг 35, 39, 41, 43 классов МКТУ, в цветовом сочетании: «синий, желтый, белый».

В поступившем возражении заявителем оспаривается решение Роспатента от 18.04.2023 в отношении товаров 09 и услуг 39, 43 классов МКТУ.

Противопоставленные знаки представляют собой словесный знак [1] «**ЧИБИС**» по свидетельству № 447492, а также комбинированный

товарный знак [2] «» по свидетельству № 175401, выполненные буквами кириллического алфавита, правовая охрана которым предоставлена, в том числе, в отношении товаров 09 и услуг 39, 42 классов МКТУ, указанных в перечнях.

Анализ сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-2] показал следующее.

С точки зрения фонетического критерия сходства заявленное обозначение «chibbis» («чиббис») имеет одинаковое произношение со словесными элементами «ЧИБИС», «Чибис» противопоставленных товарных знаков [1-2] и отличается только произношением сдвоенной буквы «б» в заявленном обозначении.

Следовательно, имеется совпадение гласных и согласных звуков, расположенных в одинаковом порядке. Присутствующие в заявленном обозначении сдвоенные буквы «бб» не придают существенного фонетического отличия сравниваемым обозначениям.

Таким образом, сравниваемые обозначения сходны по фонетическому признаку ввиду совпадения произношения звуков и звукосочетаний, их места в составе обозначений, то есть на основании фонетического сходства словесных элементов «chibbis» и «ЧИБИС», «Чибис».

Кроме того, наличие в противопоставленном товарном знаке [2] изобразительного элемента также не приводит к отсутствию ассоциирования друг с другом сравниваемых обозначений, прежде всего за счет присутствия в них фонетически сходных слов.

С точки зрения семантического сходства необходимо отметить, при восприятии заявленного обозначения четко определяется словесный элемент «chibbis» (произносится как «чиббис»), что также дублируется и в названии наименовании заявителя ООО «ЧИББИС». Противопоставленные товарные знаки [1-2] содержат слово «чибис» («чибис» - птица семейства ржанковых, Большой Энциклопедический словарь. 2000., <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/324682>).

Вместе с тем, словесный элемент «chibbis» не имеет перевода на русский язык согласно общедоступным словарям. В связи с чем, сопоставительный анализ сравниваемых обозначений по семантическому критерию сходства не представляется возможным.

Графически сравниваемые обозначения отличаются друг от друга, так как противопоставление по свидетельству [1] является словесным, а в комбинированном заявленном обозначении и комбинированном противопоставленном товарном знаке [2] присутствуют отличные друг от друга изобразительные элементы. Кроме того, в заявленном обозначении словесный элемент «chibbis» выполнен буквами латинского алфавита, а противопоставленные товарные знаки [1-2] выполнены буквами русского алфавита, что также свидетельствует о разном зрительном впечатлении сравниваемых обозначений.

Вместе с тем, признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ товаров и услуг, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

При определении вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегии надлежит руководствоваться требованиями пункта

162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ №10 от 23.04.2019 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее - Постановление Пленума ВС РФ), согласно которому вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения. Как было установлено выше, сравниваемые обозначения обладают высокой степенью фонетического сходства, приближенного к фонетическому тождеству, что определяет вероятность их смешения.

Испрашиваемые товары 09 и услуги 39, 43 классов МКТУ представляют собой:

09 класс МКТУ – *«обеспечение программное для компьютеров, записанное; платформы программные, записанные или загружаемые; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; программы для компьютеров, записанные; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для компьютеров, записанные; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые».*

39 класс МКТУ – *«доставка пакетированных грузов; доставка товаров; доставка товаров, заказанных по почте; доставка цветов; логистика транспортная; перевозка грузовым автотранспортом; упаковка товаров; услуги транспортные; хранение товаров; хранение товаров на складах».*

43 класс МКТУ – *«информация и консультации по вопросам приготовления пищи; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом».*

Противопоставленный товарный знак [1] зарегистрирован для широкого перечня товаров 09 класса МКТУ. Анализ перечня товаров 09 класса МКТУ выявил наличие следующих позиций:

09 класс МКТУ – *«компьютеры; компьютеры портативные; программы для компьютеров; программы игровые компьютерные; программы компьютерные [загружаемое программное обеспечение]; процессоры [центральные блоки обработки информации]; устройства обработки информации; устройства коммутационные (оборудование для обработки информации); устройства периферийные компьютеров; устройства считывающие (оборудование для обработки информации)»* и т.д.;

Противопоставленный товарный знак [2] зарегистрирован для следующих услуг 39, 42 классов МКТУ:

39 класс МКТУ – *«доставка, упаковка, обёртывание, хранение товаров на складах, хранение товаров, экспедирование грузов, транспортно-экспедиторские услуги»*.

42 класс МКТУ - *«оптово-розничная торговля, кафе, закусочные, система быстрого питания»*.

Испрашиваемые товары 09 и услуги 39, 43 классов МКТУ являются однородными с товарами 09 и услугами 39, 42 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-2], поскольку соотносятся по родовому/видовому признаку (*«носители записанные или загружаемые, программное обеспечение/ обеспечение программное для компьютеров, записанное, программы для компьютеров»* и т.д.; *«транспортировка, упаковка, хранение товаров / доставка пакетированных грузов», «хранение товаров, экспедирование грузов»* и т.д.; *«обеспечение пищевыми продуктами и напитками / услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом, кафе, закусочные»* и т.д.), имеют сходное назначение, круг потребителей и условия оказания, относятся к одному и тому же сегменту рынка, имеют совместную встречаемость в гражданском обороте, что свидетельствует об их однородности.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-2], а также однородность

испрашиваемых товаров 09 и услуг 39, 43 классов МКТУ соответствующим товарам 09 и услугам 39, 42 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-2], их следует признать сходными до степени смешения.

Различные сферы деятельности, в частности, рынок сбыта услуг и область применения, заявителя и владельца противопоставленного товарного знака [2] не могут являться основным аргументом при определении однородности заявленных услуг, поскольку правовая охрана по противопоставленному товарному знаку [2] предоставлена в отношении услуг, являющихся однородными заявленным услугам 39, 43 классов МКТУ.

Сведения из сети Интернет, касающиеся деятельности правообладателей противопоставленных товарных знаков [1-2], не могут служить основанием для снятия данных противопоставлений, поскольку на данный момент правовая охрана данных товарных знаков [1-2] является действующей.

Коллегией были изучены представленные документы, касающиеся деятельности заявителя, в частности: публикации в открытой печати и сети Интернет, сведения о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, а также представленная Аналитическая записка «Торговый знак «Chibbis»: вероятность смешения с другими торговыми знаками», в рамках которого исследовалась известность торгового знака «Chibbis» в целевой аудитории, вероятность смешения с другими сферами потребления, вероятность введения потребителя в заблуждение в отношении использования торгового знака. Следует отметить, что вопрос сходства с противопоставленными товарными знаками [1-2] в данном исследовании не оценивался.

Представленные сведения о деятельности заявителя не опровергают старшее право правообладателей сходных товарных знаков в отношении однородных товаров и услуг, ввиду чего представленные документы не устраняют требования в соответствии с пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными

товарными знаками [1-2] в отношении однородных товаров 09 и услуг 39, 43 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 31.08.2023, оставить в силе решение Роспатента от 18.04.2023.