

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), Административный регламент предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общезвестным в Российской Федерации товарным знаком, утвержденный приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 27.08.2015 № 602, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 30.09.2015 за №39065 (далее – Административный регламент ОИ) рассмотрела заявление, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 20.12.2024,



о признании комбинированного обозначения « **Level Group** » общезвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01 октября 2024 года на имя ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП» (далее – Заявитель), в отношении услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство».



Обозначение «» представляет собой горизонтально ориентированную композицию, образующую квадрат. Композиция состоит из крупного изобразительного элемента, выполненного в виде П-образной арки и словесного элемента «Level» (транслитерация – левел, перевод – уровень), исполненного оригинальным шрифтом, прямыми строчными и первой заглавной буквами латинского алфавита.

Для подтверждения общеизвестности комбинированного обозначения «»

» Заявителем были представлены следующие материалы:

- Заявление [1];
- Доверенность [2];
- Пошлина [3];
- Изменения в Устав ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП» редакция №2 [4];
- Заключение № 234-2024 от «18» октября 2024 г. по результатам социологического исследования проведенного ФГБУ ИСФНИСЦРАН [5];
 - Аналитический отчет по итогам социологического исследования российских потребителей [6];
 - Отчет ООО «ИНТЕЛАЙТ» об оценке рыночной стоимости исключительного права на товарный знак по свидетельству №764083 [7].

Заявителем 19.02.2025 представлены дополнительные материалы:

- Доверенность [8];

- Образец заявленного обозначения[9];
- Изменения в Устав ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП» редакция №2 [10].

На заседании коллегии 29.04.2025, коллегия по ходатайству Заявителя была перенесена на 30.05.2025, а также Заявитель представлены дополнительные материалы:

- Доверенность [11];
- Ходатайство о переносе [12];

Заявителем 30.05.2025 представлены дополнительные материалы:

- Материалы о благотворительности [13];
- Лицензионные договоры об использовании товарных знаков [14];
- Выписки из ЕГРЮЛ ООО СЗ «АПД», ООО СЗ «ЛЕВЕЛ НИЖЕГОРОДСКАЯ», ООО СЗ «ЛЕВЕЛ АКАДЕМИЧЕСКАЯ», ООО СЗ «БАЗИСИНВЕСТ», ООО СЗ «ВЕКТОР ДВИЖЕНИЯ», ООО СЗ «ДУБИНИНСКАЯ 59», ООО СЗ «ЛЕВЕЛ ЗВЕНИГОРОДСКАЯ», ООО СЗ «ИЛЬМЕНСКИЙ», ООО СЗ «ИНВЕСТ МЕНЕДЖМЕНТ ГРУПП», ООО СЗ «ИНСПАЙР», АО СЗ «МКСМ», ООО СЗ «СЕЛИГЕРСКИЙ», ООО «ЛЕВЕЛ ХОУМ» [15];
- Оценка рыночной стоимости исключительного права на товарный знак №764083 [16];
- Рейтинг самых успешных девелоперов «старой» Москвы в 2023 г. [17];
- Сумма сделок [18];
- Рейтинг ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП» [19];
- Проекты ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП» [20];
- Информационная справка [21];
- Справка о посещаемости сайта Level.ru [22];
- Материалы о присутствии Заявителя в социальных сетях и интернете [23];

- Распечатки с сайта forbs.ru, РИА НОВОСТИ, tass.ru [24];
- Премии, награды, Благодарности, Дипломы [25];
- Реклама Аэропорты и Метрополитен [26];
- Фотоотчеты по размещению наружной рекламы [27];
- Договора на оказание рекламных услуг (наружная реклама) [28];
- Договора на проведение рекламной кампании в сети Интернет [29];
- Скриншоты размещения интернет-рекламы и статистика[30];
- Реклама на радио и телевидении [31].

На заседании коллегии 03.06.2025, коллегия по ходатайству заявителя была перенесена на 24.07.2025.

- Доверенность [32];
- Ходатайство о переносе коллегии [33];
- Договоры долевого участия [34].

Заявителем 24.06.2025 представлены дополнительные материалы:

- Распечатки из сети интернет [35];
- Консолидированная финансовая отчетность за годы, закончившиеся 31.12.2020, 2019, и 2018 годов, и аудиторское заключение независимого аудитора [36];
- Разрешения на строительства [37];
- Договор по оказанию услуг и выполнению работ по управлению и эксплуатации здания 2024 [38];

Заявителем 15.07.2025 представлены дополнительные материалы:

- Протокол о результатах торгов 30.06.2025 [39];
- Распечатка из сети интернет Всеостройке.рф [40].

На заседании коллегии 24.07.2025, коллегия была перенесена на 16.09.2025.

На заседании коллегии 16.09.2025, коллегия была перенесена на 21.10.2025.

На заседании коллегии 21.10.2025, коллегия была перенесена на 19.11.2025.

Изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении заявления, коллегия установила следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (20.12.2024) его подачи, включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883 (далее - Парижская конвенция), Кодекс, Административный регламент ОИ.

В соответствии со статьей 6 bis (1) Парижской конвенции по решению компетентного органа страны регистрации или страны применения товарного знака он может быть признан в этой стране общеизвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами данной конвенции.

Согласно требованиям, установленным пунктом 1 статьи 1508 Кодекса, по заявлению лица, считающего используемое им в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности такое обозначение может быть признано общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если это обозначение в результате интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

В соответствии с абзацем первым и подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента ОИ исчерпывающий перечень документов, необходимых в соответствии с нормативными правовыми актами для предоставления государственной услуги, подлежащих представлению заявителем:

3) подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы (далее - материалы), в том числе заявитель имеет право представить в Роспатент документы, содержащие следующие сведения:

- об интенсивном использовании товарного знака или обозначения, в частности,

на территории Российской Федерации. При этом по инициативе заявителя указываются: дата начала использования товарного знака, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака или обозначения; объем реализации этих товаров; способы использования товарного знака или обозначения; среднегодовое количество потребителей товара; положение изготовителя на рынке в соответствующем секторе экономики и тому подобные сведения;

- о странах, в которых товарный знак или обозначение приобрели широкую известность;
- о произведенных затратах на рекламу товарного знака или обозначения (например, годовые финансовые отчеты).
- о стоимости (ценности) товарного знака в соответствии с данными, содержащимися в годовых финансовых отчетах;
- о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака или обозначения, проведенного специализированной независимой организацией, которые могут быть оформлены с учетом рекомендаций, размещенных на интернет-сайте Роспатента.

Анализ фактических данных, содержащихся в поступившем заявлении и документах [1-40], приложенных к нему, свидетельствует о следующем.

Как следует из представленных материалов, Заявитель является правообладателем зарегистрированных товарных знаков, включающие словесный элемент «LEVEL / ЛЕВЕЛ» по свидетельствам Российской Федерации №№ 647999, 647998, 655632, 655633, 657179, 657180, 657355, 662293, 662292, 661294, 662296, 661318, 661295, 696607, 696606, 657178, 696609, 761051, 761575, 761584, 761062, 760935, 777132, 809763, 834852, 898746, 898736, 761580, 764083, 764083, 761050, 761574, 761575, 1019440, 1019438, 1026425, 1032549, 1032551, 1022604, 1022605, 898740, 898742, 898738, 898739, 1032546, 1052248, 1050175, 941319, 941120, 941320, 941321, 916975, 916974, 916980, 916982, 898737, 898741, 851473, 851477, 834853, 809764, 797500, 797502, 777130, 1050178, 1050177, 105176, 1032547, 1032547, 1032546, 898742, 898740, 898739, 898738, 1022605, 761585, 761583, 761585, 764083,

1032551, 1032550, 1032549, 1032550 (Приложение [1]).

В соответствии с Отчетом об оценке рыночной стоимости исключительного права на товарный знак по свидетельству №764083 рыночная стоимость исключительного права на товарный знак по свидетельству №764083, по состоянию на 01.10.2024 г. с учетом округления, без НДС, составляет 2 040 000 000 руб. (Приложение [7]).

Из представленных Заявителем материалов дела следует что в период с 2021 года по 2024 год Заявителем было реализовано недвижимого имущества на сумму 288 184 000 000 рублей (Приложение [1]).

Вместе с тем, Заявителем представлены материалы «Разрешение на ввод объекта в эксплуатацию» Правительство Москвы Комитет государственного строительного надзора города Москвы (МОСГОССТРОЙНАДЗОР), «Разрешение на строительство» Правительство Москвы Комитет государственного строительного надзора города Москвы (МОСГОССТРОЙНАДЗОР), а также «Разрешение на ввод объекта в эксплуатацию» Администрация сельского поселения Отрадненское Красногорского муниципального района Московской области, однако коллегия отмечает что все эти объекты расположены в г. Москве и Московской области (Приложение [37]).

Кроме того, Заявителем представлены Договора долевого участия (Приложение [34]), однако коллегия критически оценивает представленные материалы, поскольку, все договора относятся к покупке недвижимости в г. Москва.

Вместе с тем, Заявителем представлен Протокол о результатах торгов (извещение №2300000933000000011, лот №1) в соответствии с которым Заявитель выиграл торги по комплексному развитию территории на Гребном канале Нижнего Новгорода (Приложение [39]), однако коллегия отмечает, что в материалах дела отсутствуют материалы подтверждающие реализацию заявленных услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство» в г. Нижний Новгород, в связи с чем данные представленные материалы не могут служить подтверждение о приобретении заявленного комбинированного обозначения



« » общезвестным товарным знаком в отношении услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство» классов МКТУ на имя Заявителя.

Таким образом, коллегия критически оценивает выше указанные представленные Заявителем материалы об объеме реализации заявленных услуг и полученной выручке, поскольку коллегии не представляется возможным установить



факт широкого использования обозначения « » для индивидуализации услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство» на обширной территории Российской Федерации, для неограниченного круга лиц, в течение длительного времени, в связи с чем коллегия не может прийти к выводу о том, что заявленное комбинированное обозначение «



» приобрело статус общезвестности в отношении всех заявленных услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство» на имя Заявителя.

Также, в подтверждение известности заявленного комбинированного



обозначения « **Level** » Заявителем предоставлены материалы о наградах и благодарностях: Диплом IX Национальная премия за достижения в жилищном строительстве 2018 г., Награда Газпромбанк Сертификат партнера по ипотечному кредитованию 2019 г., Награда ВТБ Надежный партнер сильного банка, Диплом Frank Mortgage Award Лучший сервис по продаже недвижимости 2022 г., награда ICOMOS RUSSIA За большой вклад в дело сохранения культурного наследия России 2023 г., Награда Frank Mortgage Award Лучший сервис по продаже недвижимости 2023 г., Награда МКБ Надежный партнер 2021 г., Награда ВТБ Стратегический партнер 2019 г., Награда ВТБ Стратегический партнер 2020 г., Сертификат банка Открытие Официальный партнер банка в сфере ипотечного жилищного кредитования 2019 г., Награда Инфоповод года 2020: недвижимость, Благодарность ICOMOS RUSSIA За активную деятельность по сохранению памятников истории и культуры по итогам Года культурного наследия народов России 2022 г., Награда WOW AWARDS Буклет: бизнес-класс и элит 2020 г., Награда Метр квадратный Красная книга 2021 г., Награда метр квадратный Больше всего неипотечных сделок с использованием сервиса безопасных расчётов в своём регионе 2022 г., Награда Домклик СБЕР За плодотворное сотрудничество и развитие совместных проектов 2020 г., Награда ВТБ Признание и уважение, Благодарность ICOMOS RUSSIA За активную деятельность по сохранению памятников истории и культуры по итогам Года педагога и наставника 2023 г., Награда метр квадратный Цифровые лидеры, Диплом Топ ЖК 2024 Третье место: Лучший жилой комплекс-новостройка в Москве, Диплом Топ ЖК 2023 Лучшая входная группа и подъезд в домах класса бизнес и выше, Награда циан Лидер рейтинга застройщиков Циан в Москве и Московской области 2023 (Приложение [25]), однако коллегией критически оценены представленные дополнительные материалы, поскольку не предоставляется возможным идентифицировать в отношении какого именного обозначения выданы

данные дипломы, награды, сертификаты, благодарности, а также все представленные дипломы, награды, сертификаты, благодарности выданы в отношении LEVEL GROUP, в то время как Заявителем является ООО «Левел Груп», таким образом, коллегия не может сделать однозначный вывод об известности заявленного



комбинированного обозначения « » на имя Заявителя ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП» в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство».

Также, коллегией критически оценены представленные Заявителем материалы о рекламной кампании Заявителя (Приложение [31]) на телевидении в соответствии с представленными эфирными справками и договорами за период 2022-2023 год на таких каналах как: Первый, СТС, ТНТ, ТНТ4, Рен ТВ, Матч ТВ, Россия 24, Москва 24, Пятый канал, НСТ, поскольку коллегия отмечает, что к данным представленным материалам не представлены видео материалы, в связи с чем коллегии не предоставляется возможным идентифицировать использовалось ли заявленное комбинированное обозначение в указанных роликах в том цветовом и графическом исполнении в каком оно испрашивается в качестве общеизвестного товарного знака, а также в отношении каких услуг проводилась данная рекламная кампания. Вместе с тем, коллегия отмечает, что в представленных немногочисленных прин-скринах содержится иное обозначение, выполненное в другом цветовом графическом исполнении, отличающееся от заявленного комбинированного обозначения « ».



». Кроме того, из представленных материалов не предоставляется возможным проследить географический охват проводимой рекламной кампании,

поскольку в большей части материалов указано о реализации рекламы в г. Москва и Московской области. Также, коллегия отмечет представленные материалы дела охватывают непродолжительный период времени 2022-2023 гг.. В связи с чем, представленные Заявителем материалы о рекламной кампании на телевидении являются недостаточными для признания заявленного комбинированного обозначения общеизвестным товарным знаком в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство» на имя Заявителя.

Вместе с тем, представленные заявителем материалы о рекламной кампании Заявителя (Приложение [31]) на радио в соответствии с представленными эфирными справками и договорами за период 2021-2023 года, реклама производилась на таких станциях как: Comedy, DFM, Energy, Like fm, Relax fm, Romantika, Авторадио, Детское Радио, Максимум, Монте Карло, Русское радио, Хит FM, Шоколад, Ди FM, Юмор FM, однако коллегия отмечает что к данным представленным материалам по рекламной кампании на радио не представлены аудио материалы, в связи с чем коллегии не предоставляется возможным идентифицировать использовалось ли



заявленное комбинированное обозначение « » в указанных аудио роликах, а также в отношении каких услуг проводилась данная рекламная кампания. Вместе с тем, из представленных материалов не предоставляется возможным проследить географический охват проводимой рекламной кампании, поскольку в большей части материалов указано о реализации рекламы в г. Москва и Московской области. Кроме того, коллегия отмечет представленные материалы дела охватывают непродолжительный период времени 2021-2023 гг., в связи с чем, представленные Заявителем материалы о рекламной кампании на радио являются недостаточными для



признания заявленного комбинированного обозначения « » общезвестным товарным знаком в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство» на имя Заявителя.

Вместе с тем, коллегия критически оценивает представленные Заявителем материалы о наружной рекламе за период 2019-2023 гг. (Приложение [26, 27, 28]): в торговых центрах (2021-2023 гг.) ТЦ Европейский, ТЦ Авиапарк; в Аэропортах (2021-2023 гг.) г. Москвы Внуково-3, Шереметьево и в объектах воздушного транспорта (Размещение рекламного ролика на мультимедийных системах на рейсах АК «Аэрофлот» дальнемагистральный, Москва Шереметьево), Аэропорт г. Сургут, Аэропорт г. Новый Уренгой, Аэропорт г. Нижний Новгород; в Московском Метрополитене (2019-2023 гг.), а также, наружная реклама на различных рекламных конструкция (в форме плакатов или путем демонстрации электронного файла, щиты, экраны, билборды, цифровые билборды, сити-формат, ситиборды, суперсайт цифровой, скроллер, остановочные павильоны, видеоэкраны, флексборды, постеры стикеры) в г. Москва, г. Нижний Новгород, г. Сургут, г. Ханты-Мансийск, г. Южно-Сахалин, г. Новый Уренгой, г. Екатеринбург, г. Сочи, поскольку коллегия отмечает, что в большей части представленных материалах о наружной рекламе содержится иное обозначение, выполненное в другом цветом графическом исполнении,



отличающее от заявленного комбинированного обозначения « ». Кроме того, основная часть представленных материалов свидетельствует о реализации наружной рекламы в городе Москва, таким образом, коллегией

установлено, что наружная реклама размещается в том же городе, в котором реализуются услуги Заявителя. Также, коллегия отмечет, представленные материалы дела охватывают непродолжительный период времени 2019-2023 гг.. В связи с чем представленные Заявителем материалы о наружной рекламной кампании являются недостаточными для признания заявленного комбинированного обозначения «



» общеизвестным товарным знаком в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство» на имя Заявителя.

Также, представленные Заявителем материалами о проводимой рекламой кампании в сети Интернет за период 2021-2024 гг. (Приложение [24, 30, 29, 35, 40]), коллегия критически оценивает, поскольку в большей части представленных материалах содержится иное обозначение, выполненное в другом цветом графическом исполнении, отличающееся от заявленного комбинированного



обозначения « ». Вместе с тем, из представленных материалов следует что большая часть рекламной кампании в сети интернет осуществлялась в городе Москва и Московской области. Кроме того, коллегия отмечет представленные материалы дела охватывают непродолжительный период времени 2021-2024 гг. В связи с чем, представленные Заявителем материалы о рекламной кампании в сети Интернет являются недостаточными для признания заявленного комбинированного



обозначения « » общезвестным товарным знаком в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство» на имя Заявителя.

Вместе с тем, Заявителем представлена справка о посещаемости сайта Level.ru, в соответствии с которой количество посетителей составило: в 2019 году 1 312 248 посещений сайта и 984 647 уникальных посетителей, в 2020 году 3 341 934 посещений сайта и 2 078 664 уникальных посетителей, 2022 году 4 682 291 посещений сайта и 2 661 173 уникальных посетителей, 2023 году 10 185 466 посещений сайта и 6 342 946 уникальных посетителей, 2024 году (январь-март) 3 386 295 посещений сайта и 2 205 527 уникальных посетителей.

Кроме того, из представленных материалов коллегией установлено что Заявителем с 2017 года по 2024 год было потрачено на рекламу объектов недвижимого имущества 4 612 311 367 руб. (Приложение [28]): 2017 г. - 98222125 руб., 2018 г. - 397158947 руб., 2019 г. - 189345958 руб., 2020 г. - 246053223 руб., 2021 г. - 443921585 руб., 2022 г. - 1060677750 руб., 2023 г. - 1767611369 руб., 2024 г. - 40932041 руб.

Коллегия учла представленные Заявителем объемы затраты на рекламную деятельность, однако данных документов недостаточно для вывода о признании



заявленного обозначения « » общезвестным товарным знаком в отношении заявленных 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», 36 класса МКТУ «управление жилым фондом; управление недвижимостью», 37 класса МКТУ «строительство» на имя Заявителя.

Таким образом, для коллегии не представляется возможным установить факт



широкого использования обозначения « » для индивидуализации услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство» на обширной территории Российской Федерации, для неограниченного круга лиц, в течение длительного времени.

Кроме того, Заявитель предоставил документы об участии в благотворительной деятельности (Приложение [13]). Материальная помощь Заявителем оказывалась приходу храма иконы Божией Матери Скоропослушницы в Марьино г. Москвы Московской епархии Русской Православной Церкви (Московский патриархат], «Школе «Летово», Благотворительному фонду содействия реализации социально ориентированных программ и проектов «Феникс», Автономной некоммерческой организации содействия развитию в сфере медицины и научной деятельности ГКБ №31 «Развиваемся, чтобы помогать», Религиозной организации «Подворье Патриарха Московского и всея Руси при храме преподобного Саввы Освящённого в Люблино г. Москвы Русской Православной Церкви (Московский патриархат]». Всего в период с 2020 года по настоящее время Заявителем на благотворительность было потрачено 591 540 750 руб. По итогам 2023 году Межрегиональная общественная организация «Национальный комитет Международного совета по охране памятников и достопримечательных мест (ИКОМОС)», Россия объявила Благодарность Обществу с ограниченной ответственностью «ЛЕВЕЛ ГРУП» «За активную деятельность по сохранению памятников истории и культуры.

Вышеуказанные материалы подтверждают ведение Заявителем благотворительной деятельности на территории Российской Федерации, однако данных документов недостаточно для вывода о признании заявленного обозначения



« » общезвестным товарным знаком в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», 36 класса МКТУ «управление жилым фондом; управление недвижимостью», 37 класса МКТУ «строительство» на имя Заявителя.

Коллегией проанализированы представленные Заявителем результаты социологического опроса, проведенного в период с «16» сентября 2024 года по «17» октября 2024 года ФГБУН ИСФНИСЦРАН (Приложение [5]) среди совершеннолетних жителей Российской Федерации потребителей услуг строительства, обслуживания жилых домов (37 класс МКТУ), методом опроса – личное интервью. Города, включенные в выборку: Москва (500 человек), Санкт-Петербург (500 человек), Нижний Новгород (125 человек), Екатеринбург (125 человек), Сургут (125 человек), Сочи (125 человек), относительно комбинированного



обозначения « », установлено следующее.

На основании результатов исследования установлено, что комбинированное



обозначение « » известно 84% опрошенным в настоящее время и 82% опрошенным на дату 01.02.2019 г.



С услугами строительство и обслуживание жилых домов ассоциируют 82% опрошенных на настоящее время и 83% опрошенных на дату 01.02.2019



комбинированной обозначение «».

Пользовались/интересовались услугами предоставляемых под



комбинированным обозначением «**25%** опрошенных на настоящее время и **25%** на дату 01.02.2019 г.

Репутацию услуг, предоставляемых под комбинированным обозначением «



» оценили как высокую 32% респондентов на настоящее время и 31% опрошенных на дату 01.02.2019, как скорее положительная репутацию оценили 42% опрошенных на настоящее время и 41% на дату 01.02.2019.

На вопрос «Мнение потребителей о том, включает ли комбинированной



На вопрос «Мнение потребителей о компании, предоставляющей услуги под



комбинированным обозначением « » 76% опрошенных на настоящее время и 76% опрошенных на дату 01.02.2019 г. ответили ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП».

На вопрос «Мнение потребителей о компании-правообладателе



комбинированного обозначения «**Левел Групп**» ответили 76% на настоящее время и 76% на дату 01.01.2016, что ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП».

Вместе с тем, вызывают обоснованные сомнения полученные в результате социологического опроса данные, что 16% опрошенных не знакомы с



комбинированным обозначением « ». С услугами ремонт и техническое обслуживание автомобилей ассоциируют заявленное комбинированное



обозначение « » 6% опрошенных на настоящее время и 4% опрошенных на дату 01.02.2019. А также, 12% опрошенных на настоящее время и 13% опрошенных на дату 01.02.2019 затруднились ответить. Относительно периода



знакомства потребителей с обозначением « » 16% опрошенных



ответили что не знакомы с комбинированным обозначением « » и 2% опрошенных затруднились ответить. Не пользовались/не интересовались услугами



предоставляемых под комбинированным обозначением « » 59% опрошенных на настоящее время и 59% опрошенных на дату 01.02.2019. А также, 16% опрошенных на настоящее время и 16% опрошенных на дату 01.02.2019 не



знакомы с комбинированным обозначением « ». Скорее как отрицательную репутацию, качество предоставляемых услуг маркированных



обозначением « » ниже, чем у конкурентов оценили 7% опрошенных на настоящее время и 6% опрошенных на дату 01.02.2019 г. Как низкую, у предоставляемых услуг очень низкое качество оценили 1% опрошенных на настоящее время и 2% опрошенных на дату 01.02.2019 г. Затруднились ответить 2% опрошенных и 4% опрошенных на дату 01.02.2019 г. Не знакомы с комбинированным



обозначением « » 16% опрошенных на настоящее время и 16% опрошенных на дату 01.02.2019 г. Кроме того, на вопрос «Мнение потребителей о



том, включает ли комбинированной обозначение « » название компании, которая его использует» 4% опрошенных на настоящее время и 3% опрошенных на дату 01.02.2019 ответили что не включает. Вместе с тем, 4% опрошенных на настоящее время и 5% на дату 01.02.2019 г. затруднились ответить и



не знакомы с комбинированным обозначением «

» 16% опрошенных

на настоящее время и 16% опрошенных на дату 01.02.2019 г.

На вопрос «Мнение потребителей о компании, предоставляющей услуги под



комбинированным обозначением «

» 2% опрошенных на настоящее

время и 2% опрошенных на дату 01.02.02019 г. ответили ООО «A101», вместе с тем,

6% опрошенных на настоящее время и 6% на дату 01.02.2019 г. затруднились ответить



и не знакомы с комбинированным обозначением «

» 16%

опрошенных на настоящее время и 16% опрошенных на дату 01.02.2019 г. А также,

на вопрос «Мнение потребителей о компании-правообладателе комбинированного



обозначения « » 2% опрошенных на настоящее время и 2%

опрошенных на дату 01.02.02019 г. ответили ООО «A101». Вместе с тем, 6%

опрошенных на настоящее время и 6% на дату 01.02.2019 г. затруднились ответить и



не знакомы с комбинированным обозначением « » 16% опрошенных на настоящее время и 16% опрошенных на дату 01.02.2019 г.

Коллегия критически оценивает результаты опроса, полученные в ходе определения мнения потребителей о том, какая компания оказывает услуги и соответственно какой компании принадлежат права на исследуемое обозначение.

Так, согласно данным, изложенными на страницах № 22-25 заключения (Приложение [5]), в ходе исследования знания потребителей о том какая компания



оказывает услуги под обозначением « », использовался метод закрытого вопроса, при котором опрошенным предлагаются варианты ответов. При этом, исследование, при котором потребителям не предлагаются варианты ответов («открытый вопрос») в анализируемом социологическом опросе не использовалось.

Коллегия отмечает, что наличие среди предложенных вариантов закрытого вопроса такого варианта, как «ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП», который включает в себя исследуемое обозначение, выступает в качестве вспомогательного, что искусственно завышает результаты уровня знания компании потребителями. Данное положение не способно объективно отразить реальный уровень знания потребителей относительно



того, какая компания оказывает услуги под обозначением « ».

Кроме того, коллегия обращает внимание на тот факт, что признание



обозначения «» испрашивается в отношении такого перечня услуг, как: услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство», в то время как социологическое исследование уровня известности обозначения проведено в отношении услуг «Строительство и обслуживание жилых домов» (страницы №8, 14) Заключения № 234-2024 от «18» октября 2024 г.

В связи с вышеизложенным, результаты социологического опроса не могут



свидетельствовать о факте приобретения обозначением «» свойств общезвестного товарного знака с 01.01.2024 г. на имя ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП».

Коллегией проанализированы представленные Заявителем результаты аналитического отчета по итогам социологического исследования российских потребителей, проведенного в период с 3 сентября по 26 сентября 2024 года ООО «Компания «Аналитическая социология» (Приложение [6]) потребителей России в возрасте от 18 лет и старше, методом случайной выборки с элементами квотирования посредством личного анкетного интервью опрос проводился около агентств по продаже недвижимости, в местах офисов по продаже недвижимости в различных жилищных комплексах. Города, включенные в выборку: Москва (500 человек), Санкт-Петербург (500 человек), Нижний Новгород (125 человек), Екатеринбург (125 человек), Сочи (125 человек), Ханты-Мансийск (125 человек), относительно комбинированного обозначения «», установлено следующее.

На основании результатов исследования установлено, что на вопрос среди потребителей «Известно вам или нет данное комбинированное обозначение?» 82% опрошенных ответили.

На вопрос «Для каких товаров (услуг) вам известно использование указанного обозначения» 99% опрошенных ответили строительство квартир, компания застройщик недвижимости.

На вопрос «Как вы считаете, какие товары (услуги) маркируются данным обозначением?» (закрытый вопрос с предложенными вариантами ответа) 66,9% опрошенных ответили строительство недвижимости и ее эксплуатация, 33,9% опрошенных ответили строительные услуги.

На вопрос «Известно вам или нет обозначение, которое используется для маркировки услуг по строительству недвижимости и ее эксплуатации» 86,4% опрошенным известно.

На вопрос «Когда вы впервые узнали о существовании обозначения, которое используется для маркировки услуг по строительству недвижимости и ее эксплуатации?» 26,2% опрошенных ответили от 1 года до 3 лет назад, 24,5% опрошенных ответили от 4 до 6 лет назад, 15,7% опрошенных ответили не более года назад, 13,6% ответили что еще ранее.

На вопрос «Уровень известности среди потребителей, которым известно



комбинированное обозначение «  », источника происхождения товаров - компании-предоставляющей услуги по строительству недвижимости и её эксплуатации под данным обозначением» (закрытый вопрос с предложенными вариантами ответом) 90,9% опрошенных ответили Level Group.

На вопрос «Как вы узнали о существовании компании, которая занимается строительством и эксплуатацией недвижимости, маркированной данным обозначением?» 64,3% опрошенных ответили из рекламы по телевидению, радио, в интернете, из книг, журналов, газет, наружная реклама, 24,5% опрошенных ответили из рассказов родных, друзей, знакомых, 13,8% опрошенных обращались для консультаций по вопросам покупки квартиры в компанию, маркированную данным

обозначением, 3,9% опрошенных покупали квартиру в компании, маркированной данным обозначением.

На вопрос «На ваш взгляд, какие качества характеризуют компанию, занимающуюся строительством и эксплуатацией недвижимости, маркированную



обозначением « » 23,2% опрошенных ответили финансовая стабильность, умение быстро адаптироваться в текущих условиях, 38,2% опрошенных современные методы работы на рынке, 53,7% опрошенных продуманные проекты с развитой инфраструктурой, 21,3% опрошенных практичный подход к ценообразованию, 14,4% опрошенных лучшее соотношение цены и качества и 1,4% опрошенных ответили другое.

На вопрос «Ваше мнение о качестве услуг, предоставляемых компанией, занимающейся строительством и эксплуатацией недвижимости» 60,9% опрошенных ответили высокое, 26,1% ответили среднее.

На вопрос «Если бы вопросы, которые вам сейчас были заданы по поводу компании, занимающейся строительством и эксплуатацией недвижимости, маркированной обозначением «», вам задали, например, в январе 2019 года, то как бы вы на них ответили?» 69,3% ответили «так же как и сейчас», 16,7% ответили «Ответил(а) бы по-другому» и 14% ответили «Затрудняюсь с ответом».

Вместе с тем, вызывают обоснованные сомнения полученные в результате аналитического отчета данные, что на вопрос среди потребителей «Известно вам или нет данное комбинированное обозначение?» 17,4% опрошенных ответили что не известно. На вопрос «Как вы считаете, какие товары (услуги) маркируются данным обозначением?» (закрытый вопрос с предложенными вариантами ответа) 9,4% опрошенных ответили что не знают и 5% опрошенных ответили - медицинские услуги, 6,8% опрошенных ответили - туристические услуги и 7,6% опрошенных ответили - образовательные услуги. На вопрос «Когда вы впервые узнали о

существовании обозначения, которое используется для маркировки услуг по строительству недвижимости и ее эксплуатации?» 20% опрошенных ответили что не помнят. На вопрос «Ваше мнение о качестве услуг, предоставляемых компанией, занимающейся строительством и эксплуатацией недвижимости» 1% ответили низкое и 12% затруднились ответить. На вопрос «Уровень известности среди потребителей,



Коллегия критически оценивает результаты отчета, полученные в ходе определения мнения потребителей уровня известности среди потребителей, которым



известно комбинированное обозначение «», источника происхождения товаров - компании-предоставляющей услуги по строительству недвижимости и её эксплуатации под данным обозначением».

Так, согласно данным, изложенными на страницах № 19-20 заключения (Приложение [6]), в ходе исследования об уровне известности среди потребителей,



которым известно комбинированное обозначение « », источника происхождения товаров - компании-предоставляющей услуги по строительству недвижимости и её эксплуатации под данным обозначением», использовался метод

закрытого вопроса, при котором опрошенным предлагаются варианты ответов. При этом, исследование, при котором потребителям не предлагаются варианты ответов («открытый вопрос») в анализируемом социологическом опросе не использовалось.

Коллегия отмечает, что наличие среди предложенных вариантов закрытого вопроса такого варианта, как LEVEL GROUP, который включает в себя исследуемое обозначение, выступает в качестве вспомогательного, что искусственно завышает результаты уровня знания компании потребителями. Данное положение не способно объективно отразить реальный уровень знания потребителей относительно того,



какая компания оказывает услуги под обозначением «_____».

Кроме того, коллегия обращает внимание на тот факт, что признание



обозначения «_____» испрашивается в отношении такого перечня услуг, как: услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство», в то время как аналитический отчет проведен в отношении услуг «строительство недвижимости и ее эксплуатация» (страницы №2, 14).

В связи с вышеизложенным, результаты аналитического отчета (Приложение [6]) не могут свидетельствовать о факте приобретения обозначением «



» свойств общезвестного товарного знака с 01.01.2024 г. на имя ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП».

Таким образом, коллегия не может сделать вывод о том, что заявленное



комбинированное обозначение « » в результате интенсивного использования стало на 01.01.2024 г., широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров Заявителя.

В связи с вышеизложенным, коллегия критически оценивает представленные материалы [1-40] и полагает, что они в своей совокупности и взаимосвязи не подтверждают интенсивного и длительного использования заявителем заявленного



комбинированного обозначения « » в отношении услуг 35 класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ «строительство», а также не позволяют установить на указанную дату (01.01.2024 г.) или в период, непосредственно предшествовавший этой дате, что заявленное комбинированное



обозначение « » приобрело признаки общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации в отношении заявленных услуг.

Учитывая вышеизложенное, на основании абзаца второго пункта 77 Административного регламента коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении заявления, поступившего 20.12.2024 г., о



признании комбинированного обозначения « » **общеизвестным в**
Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2024 г. в отношении услуг 35
класса МКТУ «продажа недвижимости», услуг 36 класса МКТУ «управление
жилым фондом, управление недвижимостью», услуг 37 класса МКТУ
«строительство» на имя ООО «ЛЕВЕЛ ГРУП».