



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 общеизвестным 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 26.12.2024 г., о признании

комбинированного обозначения «» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.04.2024 г. на имя Общества с ограниченной ответственностью «Умный ритейл» (далее – Заявитель), в отношении товаров 09 класса МКТУ «обеспечение программное для компьютеров; обеспечение программное для мобильных телефонов, смартфонов (мобильные приложения)»; 35 класса МКТУ «предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам

товаров и услуг; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по розничной продаже товаров через мобильное приложение»; 39 класса МКТУ доставка пакетированных грузов; доставка товаров; переноска грузов; услуги курьеров [доставка корреспонденции или товаров]».

Обозначение «», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является комбинированным обозначением, состоящим из словесного элемента «САМОКАТ», выполненного буквами белого цвета кириллического алфавита на фоне розового цвета.


Для подтверждения общеизвестности обозначения «» Заявителем были представлены следующие материалы:

- Устав ООО «Умный ритейл» [1];
- Свидетельство о постановке ООО «Умный ритейл» на налоговый учет [2];
- Лист записи ООО «Умный ритейл» в ЕГРЮЛ [3];
- Публикации в СМИ с упоминанием первенства «Самоката» в сфере [4];
- Информация из «Википедии» о деятельности Заявителя [5];
- Справка о мобильных приложениях сервиса «Самокат» [6];
- Справка о количестве выполненных заказов сервисом «Самокат» [7];
- Документы на создание брендбука и брендбук [8];
- Справка о количестве курьеров-партнеров сервиса «Самокат» [9];
- Справка об объемах выручки сервиса «Самокат» [10];
- Публикации в СМИ о деятельности сервиса «Самокат» [11];
- Справка о количестве персонала сервиса «Самокат» [12];
- Информация об исследованиях «Data Insight» за 2020 г. - 2023 г. [13];
- Устав ООО «Умное пространство» [14];

- Свидетельство о постановке ООО «Умное пространство» на налоговый учет [15];
- Свидетельство о государственной регистрации ООО «РСА» (ООО «Умное пространство») [16];
- Выписка из ЕГРЮЛ в отношении Заявителя [17];
- Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Умное пространство» [18];
- Схематичное изображение корпоративной структуры [19];
- Лицензионные договоры между Заявителем и ООО «Умное пространство» [20];
- Страницы мобильных приложений в магазинах мобильных приложений [21];
- Оригинал письма-подтверждения об использовании доменов и копии свидетельств на доменные имена [22];
- Статистика посещения сайта, принадлежащего Заявителю [23];
- Информация из WebArchive о сайте Заявителя за первые годы деятельности [24];
- Выборка договоров и рекламных материалов Заявителя с маркетплейсами [25];
- Информация о совместных промо-акциях сервисов «Самокат» и «Мегамаркет» [26];
- Информация об условиях совместной акции сервисов «Самокат» и «Купер» [27];
- Примеры публикаций о Заявителе в социальных сетях и на интернет-площадках сервиса «Купер» (ранее – «СберМаркет») [28];
- Выборка договоров аренды помещений для размещения офлайн-магазинов Заявителя [29];
- Публикации в СМИ об открытии офлайн-магазинов Заявителя [30];
- Свидетельства на товарные знаки и промышленные образцы Заявителя [31];

- Выборка договорной документации на изготовление пакетов для сервиса «Самокат» [32];
- Выборка договорной документации о поставке товаров [33];
- Публикации в СМИ о количестве дарксторов сервиса «Самокат» [34];
- Информация о дарксторах на официальном сайте Заявителя [35];
- Выборка договорной документации на помещения дарксторов [36];
- Информация о вакансиях в дарксторах с сайта Заявителя [37];
- Выборка договорной документации с логистическими компаниями, копия [38];



- Правила использования обозначения «» на сайтах логистических партнеров [39];
- Публикации в СМИ о зарплатах курьеров [40];
- Информация, опубликованная на сайте Заявителя, о предоставлении формы курьерам-партнерам [41];
- Справка об объемах использования рюкзаков и промоформы курьеров [42];
- Выборка договорной документации на изготовление униформы и рюкзаков курьеров-партнеров [43];
- Выборка договорных материалов на фотосъемку униформы [44];
- Выборка договорной документации о маркетинговых мероприятиях Заявителя при открытиях в новых городах [45];
- Публикации в СМИ о появлении сервиса «Самокат» в новых городах [46];
- Выдержки из внутренних отчетов Заявителя за 2021 г., за 2022 г., за 2023 г., 2024 г. [47];
- Публикации в СМИ о деятельности Заявителя [48];
- Публикации в СМИ о сотрудничестве Заявителя и системы «Честный знак» [49];

- Справка об объемах затрат на продвижение услуг сервиса «Самокат» [50];
- Внутренний отчет Заявителя о продвижении на телевидении [51];
- Выборка эфирных справок [52];
- Выборка договорных материалов на размещение рекламы на телевидении [53];
- Рекламные макеты, разработанные для размещения наружной рекламы [54];
- Фотографии рекламных материалов в различных городах Российской Федерации [55];
- Договорная документация и рекламные материалы по проекту «Души не чаю», созданию мурала на территории Севкабель Порта [56];
- Договорная документация и рекламные материалы по проекту «Контейнеры для сбора пластика» [57];
- Распечатка сайта рекламного агентства Московского метрополитена, выборка договорных материалов на размещение рекламы в метрополитене [58];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в транспорте [59];
- Внутренний отчет Заявителя о размещении рекламных материалов в помещениях общественного назначения [60];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в салонах красоты [61];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в multifunctional центрах и пунктах выдачи СДЭК [62];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в офисах Почты России [63];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в спортивных клубах [64];

- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы на хоккейной арене Мытищи [65];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в лифтах и на досках объявлений [66];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в бизнес-центрах [67];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в торговых центрах [68];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в сети спортивных центров «Rock the Cycle» [69];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в популярных общественных пространствах [70];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Время открытий» [71];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Silent Disco» [72];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Лето впечатлений» [73];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Сезон теплых напитков» [74];
- Договорные и рекламные материалы по проектам «Сезон лимонадов», «Сезон Фруктов и ягод» [75];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Новогодние маркеты» [76];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат доставил весну» [77];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат × NUR» [78];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат × Beat Film Festival» [79];

- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат × Большой фестиваль мороженого» в Казани [80];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат × Intervals» [81];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат × Yoga Day Russia» [82];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат × Chess & Jazz» [83];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат х Стереолето» [84];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат × VK Fest» [85];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат х Roof Fest» [86];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат х Розафест» [87];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат х Планета К-30 и Морская вечеринка» [88];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Сим-сим, Самокат» [89];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «Самокат в ресторанах» [90];
- Договорные и рекламные материалы по проекту «На лето в Комарово» [91];
- Договорные и рекламные материалы по спонсированию хоккейного клуба «Авангард» [92];
- Договорные и рекламные материалы по спонсированию Сибирского марафона, велогонки «La Strada», серии забегов «Фармэко» [93];
- Выборка договорных и рекламных материалов на создание и размещение открыток [94];

- Выборка договорных и рекламных материалов на создание и размещение газет [95];
- Выборка договорных и рекламных материалов на размещение рекламы в журналах [96];
- Выборка договорных и рекламных материалов на создание и размещение различных рекламных материалов [97];
- Выборка рекламно-сувенирной продукции с использованием Обозначения [98];
- Договорные и рекламные материалы по совместному проекту Заявителя и AliExpress [99];
- Публикации по совместному проекту Заявителя и Grazia, Laboratorium, брендов продуктов питания и напитков [100];
- Договорные и рекламные материалы по совместному проекту Заявителя и Ассоциации производителей альтернативных пищевых продуктов [101];
- Договорные материалы на размещение рекламы на радиостанциях [102];
- Выборка эфирных справок [103];
- Выборка материалов Заявителя в социальных сетях: ВКонтакте, Одноклассники, Telegram, Дзен [104];
- Выборка материалов Заявителя в социальных сетях YouTube и TikTok [105];
- Внутренний отчет Заявителя о продвижении в социальных сетях [106];
- Выборка материалов о представленности Заявителя в социальных сетях VK и Clubhouse [107];
- Договорная документация и рекламные материалы по онлайн-проектам сервиса «Самокат» [108];
- Договорные материалы по онлайн-проектам сервиса «Самокат» в коллаборации с другими компаниями [109];

- Договорная документация и рекламные материалы по совместному проекту Заявителя AliExpress [110];
- Выборка материалов по мобильному приложению «Самокат» [111];
- Выборка материалов по совместным проектам Заявителя и Arzamas.academy, The Blueprint, Фитмост [112];
- Договорная документация и рекламные материалы по совместному проекту Заявителя и Сбердевайсы [113];
- Договорная документация и рекламные материалы по совместному проекту Заявителя и Сбербанк [114];
- Информация о проекте «История любимых продуктов» на сайте «Podcast.ru» [115];
- Договорная документация и рекламные материалы по проекту «Интернет-радио «Самокат» [116];
- Рекламные материалы по совместному проекту Заявителя и Синхронизации [117];
- Договорная документация и рекламные материалы по интеграции Заявителя в подкасты [118];
- Выборка материалов по контекстной, таргетинговой рекламе [119];
- Отчет ВЦИОМ по результатам социологического опроса об уровне знания фирменного цвета Заявителя [120];
- Выдержки из отчетов по результатам внутренних маркетинговых исследований Заявителя «Brand Health Tracking» [121];
- Выборка публикаций в СМИ, содержащих указание на цвет униформы курьеров-партнеров сервиса «Самокат» [122];
- Результаты поисков в системах «Google» и «Яндекс» по запросам «самокат» и «самокат доставка товаров» с уточнением года [123];
- Сведения о публикациях в СМИ о проводимых Заявителем исследованиях, выборочно [124];
- Сведения о публикациях в СМИ о расширении ассортимента и новых возможностях в рамках сервиса, выборочно [125];

- Сведения о количестве подписчиков Телеграм-каналов, в которых публиковались новости о Заявителе в 2021 г. – 2024 г. [126];
- Сведения о публикациях новостей о Заявителе в Телеграм-каналах [127];
- Сведения о комментариях в СМИ [128];
- Сведения об экспертных материалах, колонках и интервью [129];
- Сведения об участии в конференциях [130];
- Информация об исследованиях и опросах, формирующих рейтинги, в которые включен Заявитель [131];
- Публикации о премиях и наградах сервиса «Самокат» в сфере доставки и онлайн-ритейла [132];
- Публикации о премиях и наградах рекламных и PR-проектов «Самоката» [133];
- Договорная документация и публикации о совместных акциях с благотворительной организацией «Ночлежка» [134];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Шалаш» [135];
- Договорная документация и выдержки из отчета в отношении социального проекта в коллаборации с Упсала-Цирком [136];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Russian Grannies» [137];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Совместный сбор мусора с Василеостровским рынком» [138];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Самокат × Teddy Food» [139];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Магия добра» [140];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Открытая среда» [141];

- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Мастерская «Простые вещи» [142];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Солнечный город» [143];
- Публикации в СМИ о специальных проектах по фокусному продвижению деятельности курьеров-партнеров и другого персонала Заявителя [144];
- Выдержки из внутренних отчетов службы HR-коммуникаций Заявителя [145];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении специального проекта [146];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении специального проекта «Курьерсёрфинг. Велосезон» [147];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Словарик даркстора» (2023 г.) [148];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Кулинарные истории даркстора» (2024 г.) [149];
- Фрагменты видеороликов в отношении проекта об униформе для курьеров-партнеров (2022 г. – 2023 г.) [150];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Комикс «Самокат: время, команда, устойчивость» [151];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Марафон ценностей Самоката» [152];
- Договорная документация, фрагменты видеороликов и рекламные материалы в отношении видеопроектов, направленных на повышение информированности о деятельности курьеров-партнеров и другого персонала [153];
- Фрагменты видеороликов и информация в отношении проекта «Подкаст про свет» [154];

- Фрагменты видеороликов и информация в отношении проекта «Подкаст «Узнай Рго» [155];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении совместного подкаста о родительстве с медиа-платформой «Нет, это нормально» [156];
- Выборка скриншотов публикаций направленных на дополнительное информирование о вакансиях в социальных сетях и карьерные страницы в медиа [157];
- Публикации на сайтах Заявителя и в СМИ о мероприятиях и проектах для поддержки курьеров-партнеров и другого персонала [158];
- Фрагменты видеороликов и рекламные материалы с информацией о корпоративных мероприятиях Заявителя [159];
- Публикации в СМИ о товарах СТМ [160];
- Справка о регионах производства товаров собственной торговой марки сервиса «Самокат» [161];
- Договоры и товарные накладные по товарам СТМ сервиса «Самокат» [162];
- Справка об объеме продаж сервиса «Самокат» по категориям товаров [163];
- Скриншоты сайта сервиса «Самокат» с товарами СТМ «Самокат» [164];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении рекламной кампании на «Чёрную пятницу» [165];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении рекламной кампании «Что и требовалось заказать» [166];
- Выдержки из внутренних отчетов группы коммуникаций СТМ [167];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «На работу на велосипеде» [168];
- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Музей Курьера» [169];

- Публикация о размещении рекламы «Самокат» на видеоэкранах Екатеринбурга [170];

- Публикации в СМИ и в социальных сетях об интерактивном арт-объекте в виде маяка в фирменном стиле сервиса «Самокат» в парке Горького, г. Москва [171];

- Договорная документация и рекламные материалы в отношении проекта «Креативная карта г. Казань» [172];

- Скриншоты совместного медиапроекта «Самоката» с интернет-журналом «Enter» [173];

- Фотоматериалы проекта «Новгород – столица закатов» [174];

- Договорная документация и рекламные материалы в отношении специального проекта с музеем «Гэнгь» в Санкт-Петербурге [175];

- Договорная документация и публикации в СМИ в отношении проекта «Москва глазами инженера» [176];

- Договорная документация и рекламные материалы в отношении турнира по настольному теннису в Казани «Прыг-скок» [177];

- Фотоматериалы с фестиваля Розафест в Роза Хутор (г. Сочи) [178];

- Договорная документация и рекламные материалы в отношении акции «Сокровище озера Кабан» [179];

- Флеш-накопитель с аудио и видео материалами [180].

На заседании коллегии, состоявшемся 24.04.2025 г., рассмотрение заявления было перенесено на 26.06.2025 г., а также Заявителем дополнительно представлены:

- Справка об объемах выручки сервиса «Самокат» с 02.04.2024 г. по 01.04.2025 г. [181];

- Справка о количестве выполненных заказов сервисом «Самокат» [182];

- Справка об объемах затрат на продвижение услуг сервиса «Самокат» с 01.03.2024 г. по 01.04.2025 г. [183];

- Информация о рекламных кампаниях Заявителя с использованием Обозначения [184];

- Выборка изображений брендовой продукции «Самокат» [185];
- Выборка публикаций о деятельности Заявителя [186];
- Выборка публикаций о премиях и наградах сервиса «Самокат» [187].

На заседании коллегии, состоявшемся 26.06.2025 г., рассмотрение заявления было перенесено на 14.08.2025 г., а также Заявителем дополнительно представлены:

- Договорная документация рекламной кампании «Что и требовалось заказать» [188];
- Договорная документация рекламной кампании «Без лишних трат» [189];
- Договорная документация рекламной кампании «Традиционный сезонный розыгрыш» [190];
- Договорная документация рекламной кампании «Летняя РК» [191];
- Договорная документация рекламной кампании «Масштаб Самоката» [192];
- Договорная документация рекламной кампании «Скидотека» [193];
- Договорная документация рекламной кампании «Черная пятница» [194];
- Договорная документация рекламной кампании «Промо рамка Скоро будем» [195];
- Договорная документация рекламной кампании «Раз и радость близким!» [196];
- Договорная документация рекламной кампании «Запускаем Новый год (мандарины)» [197];
- Договорная документация рекламной кампании «Переводим чувства на язык вкусов» [198];
- Договорная документация рекламной кампании «Интеграция в фестиваль Intervals» [199];
- Договорная документация рекламной кампании «Пикники» [200];

- Договорная документация рекламной кампании «Интеграция в VK Fest» [201];
- Договорная документация рекламной кампании «Интеграция в фестиваль Epic Con» [202];
- Договорная документация в отношении организации фудтраков [203];
- Договорная документация рекламной кампании по интеграции в забеги [204];
- Договорная документация по интеграции бренда «Самокат» с бренд-зонами на территории ледовых катков «Парк Горького» (г. Москва) и Севкабель Порт (г. Санкт-Петербург) [205];
- Договорная документация по организации офлайн промо мероприятия «Весна доставлена» [206];
- Договорная документация по организации офлайн промо мероприятия «Тамагочи» [207];
- Договорная документация по проекту «Самокат x Кидбург» [208];
- Договорная документация по проекту «Самокат x Befree» [209];
- Договорная документация по проекту «Самокат x Blazar» [210];
- Договорная документация по проекту «Самокат x Honkai» [211];
- Договорная документация по РК для операций [212];
- Договорная документация по проекту «Курьерсерфинг» [213];
- Договорная документация по проекту «Я сам!» [214];
- Договорная документация по проекту «День велосипеда» [215];
- Договорная документация на создание брендированной продукции – Снежного шара и упаковки [216];
- Договорная документация на создание брендированной продукции – Лонгслива в брендированном боксе из-под пиццы [217];
- Договорная документация на организацию мероприятия «Комарово» [218];
- Договорная документация на создание брендированной продукции – Музыкальной открытки [219];

- Договорная документация на проведение мероприятия «Розыгрыш свечей Самокат и Notem» [220];

- Договорная документация на создание брендовой продукции – Плюшевой игрушки «Самокатик» [221];

- Справка о количестве дарксторов и динамике их роста [222].

01.08.2025 г. Заявителем дополнительно представлены:

- Договоры аренды дарксторов [223];

- Счета-фактуры, подтверждающие привлечение логистическими партнёрами курьеров-партнеров [224];

- Договоры и счета-фактуры, подтверждающие размещение рекламно-информационных материалов на телевидении с апреля по декабрь 2024 г., с января по март 2025 г. [225];

- Эфирные справки, подтверждающие размещение рекламно-информационных материалов на телевидении в 2024 г., 2025 г. [226];

- Эфирные справки, подтверждающие продвижение на радио [227];

- Благотворительная акция совместно с приложением ПОМОЩЬ [228];

- Благотворительный проект КИБЕРБУЛЛИНГ X САМОКАТ [229];

- Благотворительная акция с фондом Антон тут рядом [230];

- Благотворительный проект Самокат x Новый лес [231];

- Договоры и акты, подтверждающие создание униформы [232];

- УПД, подтверждающие поставку товаров в адрес Заявителя [233].

На заседании коллегии, состоявшемся 14.08.2025 г., рассмотрение заявления было перенесено на 09.10.2025 г., а также Заявителем дополнительно представлены:

- Отчет ВЦИОМ по результатам социологического опроса об уровне известности Обозначения [234];

- Условия продажи товаров, представленных в сервисе «Самокат» [235];

- Сведения об упоминании ООО «Умный ритейл» и ООО «Умное пространство» как входящих в одну группу компаний «Самокат» [236];

- Презентация об использовании Обозначения и доказательствах его общеизвестности [237];

- Флеш-накопитель с аудиовизуальными материалами, иллюстрирующими процесс оказания Заявителем услуг 35 и 39 классов МКТУ [238];


- Нарезка кадров из видеоматериалов из приложения № 238 [239];

- Сведения из Государственного реестра товарных знаков и знаков обслуживания РФ, подтверждающие отчуждение товарных знаков ООО «Умное пространство» в пользу ООО «Умный ритейл» [240];

- Справка по результатам исследований позиции бренда «Самокат» рынке [241];

- Договор возмездного оказания услуг № 2020-130/LOC от 22.10.2020 г. с ООО «ТИБУРОН» [242];

- Ходатайство о сокращении перечня товаров и/или услуг, в соответствии с которым, перечень услуг, в отношении которых испрашивается

признание обозначения «» общеизвестным товарным знаком, был изменен на: услуги 35 класса МКТУ «услуги по розничной продаже продуктов питания через мобильное приложение»; 39 класса МКТУ «доставка продуктов питания» [243].

26.09.2025 г. Заявителем дополнительно представлены:

- Договоры аренды дарксторов [244];

- Выгрузка публикаций блогеров и пользователей в социальных медиа – платформах [245];

- Отзывы потребителей о сервисе «Самокат» на специализированных Интернет-ресурсах [246];

- Справка об обработке фискальных данных сервиса «Самокат» с приложением чеков [247];

- Аналитическая справка по делам о признании товарных знаков общеизвестными в Российской Федерации [248];

- Нотариальный протокол осмотра доказательств – продуктов питания и внешнего вида курьера-партнера [249];

- Нотариальный протокол осмотра мобильного приложения «Самокат» и процесса оказания услуг [250].

На заседании коллегии, состоявшемся 09.10.2025 г., рассмотрение заявления было перенесено на 22.10.2025 г., а также Заявителем дополнительно представлены:

- Отчет ООО «Эвотор ОФД» с ККТ ООО «Умный Ритейл» и копии чеков [251].

На заседании коллегии, состоявшемся 22.10.2025 г., рассмотрение заявления было перенесено на 05.11.2025 г., а также Заявителем дополнительно представлены:

- Обобщенная таблица по представленным дополнительным материалам [252].

На заседании коллегии, состоявшемся 05.11.2025 г., рассмотрение заявления было перенесено на 11.11.2025 г., а также Заявителем дополнительно представлены:

- Справка об объемах продаж сервиса «Самокат» по категориям товаров сторонних брендов [253];

- Справка об объемах продаж продуктов питания собственной торговой марки (СТМ) сервиса «Самокат» [254];

- Копии чеков [255];

- Договоры поставки продукции по категориям товаров [256].

На заседании коллегии, состоявшемся 11.11.2025 г. Заявителем дополнительно представлены:

- Справка о количестве дарксторгов и динамике их роста по субъектам Российской Федерации [257];

- Справка о количестве дарксторгов и динамике их роста по субъектам и городам Российской Федерации [258].

На заседании коллегии, состоявшемся 11.11.2025 г., изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении заявления, коллегия установила следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (26.12.2024 г.) его подачи, включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883 г. (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.

При анализе комбинированного обозначения «» на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 26.12.2024 г. на имя Общества с ограниченной ответственностью «Умный ритейл», в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги по розничной продаже продуктов питания через мобильное приложение»; 39 класса МКТУ доставка продуктов питания», установлено следующее.

Как установлено из представленных документов, история ООО «Умный ритейл» (Приложения [1], [2], [17]) – компании, оказывающей услуги под обозначением «», началась в 2017 г. – с запуска первого

в Российской Федерации сервиса быстрой доставки продуктов от 15 минут. 19 октября 2017 г. был открыт первый даркстор и доставлен первый заказ.


В представленных в Приложениях [4], [5] материалах указано, что Заявитель первым в Российской Федерации стал применять модель «дарксторов» (от англ. – dark store), в которой центры формирования заказов (далее – «дарксторы», «ЦФЗ») находятся в каждом районе работы сервиса для обеспечения высокой скорости доставки.


Согласно сведениям, указанным в Приложении [4], изначально сервис обслуживал бизнес-центры и жилые комплексы в г. Санкт-Петербурге и был частью мобильного приложения «ПроДом» (вкладка «Магазинчик»), в котором жильцы многоквартирных домов могли подавать заявки на обслуживание в управляющую компанию.

В дальнейшем сервис был выделен в отдельное мобильное приложение, которое было размещено в ключевых магазинах мобильных приложений (Приложение [6]) и расширил свое присутствие на иные города Российской Федерации, помимо г. Санкт-Петербург.

Как следует из представленных материалов, к 2018 г. ассортимент товаров, предлагаемых сервисом, стал соответствовать перечню позиций, которые предлагают продуктовые офлайн-магазины у дома.

В соответствии с Приложением [4], в апреле 2019 г. сервис доставки получил название «Самокат», Заявитель начал активное использование

обозначения «» для оказания услуг. Название образовано от слова «сам» – покупатель сам обеспечивает себе питание, заказывая товары в сервисе «Самокат».

В 2019 г. также был создан фирменный стиль сервиса, включающий обозначение «» и узнаваемый коралловый (розовый) цвет, входящий в состав обозначения, порядок разработки и использования

которых описаны Заявителем в представленном им брендбуке (Приложение [8]).

Из представленных документов (Приложения [160], [162], [164], [167], [160], [254]) усматривается, что в дополнение к предлагаемым товарам под средствами индивидуализации третьих лиц, Заявитель в 2019 г. запустил линейку продуктов питания и бытовых товаров СТМ (собственной торговой марки) сервиса «Самокат» (далее – «СТМ»).

С ростом количества потребителей и, соответственно, заказов Заявитель начал вести деятельность в г. Москве, а после 2019 г. и в других крупных городах Российской Федерации. В 2020 г. Заявитель стал оказывать услуги в городах-миллионниках – Казани и Нижнем Новгороде, а также в Ленинградской и Московской областях.

В Приложениях [257], [258] Заявителем продемонстрированы сведения о географическом присутствии на территории Российской Федерации по субъектам и городам за период с 2017 г. по 2025 г. (на момент 06.11.2025 г.), которое также подтверждается договорной документацией на аренду дарксторов (Приложения [29], [223], [244]).

Согласно документам, количество дарксторов Заявителя по субъектам Российской Федерации представлено следующими данными. В 2017 г. общее количество субъектов, в которых представлены дарксторы Заявителя – 1 субъект Российской Федерации. В 2018 г. общее количество субъектов, в которых представлены дарксторы Заявителя – 1 субъект Российской Федерации. В 2019 г. общее количество субъектов, в которых представлены дарксторы Заявителя – 2 субъекта Российской Федерации. В 2020 г. общее количество субъектов, в которых представлены дарксторы Заявителя – 4 субъекта Российской Федерации. В 2021 г. общее количество субъектов, в которых представлены дарксторы Заявителя – 34 субъекта Российской Федерации. В 2022 г. общее количество субъектов, в которых представлены дарксторы Заявителя – 47 субъектов Российской Федерации. В 2023 г. общее количество субъектов, в которых представлены дарксторы Заявителя – 47

субъектов Российской Федерации. В 2024 г. общее количество субъектов, в которых представлены дарксторы Заявителя – 53 субъекта Российской Федерации. В 2025 г. (по состоянию на 06.11.2025 г.) общее количество субъектов, в которых представлены дарксторы Заявителя – 53 субъекта Российской Федерации.

Анализ географического охвата деятельности Общества с ограниченной ответственностью «Умный ритейл» на территории Российской Федерации показал следующее.

Заявитель не представлен на всей территории Российской Федерации. Из 89 субъектов, входящих в состав Российской Федерации, Общество с ограниченной ответственностью «Умный ритейл» присутствует в 53 регионах, при этом в 12 субъектах наличие дарксторов Заявителя отмечается начиная с 2024 г. Оценивая данное обстоятельство, коллегия приходит к выводу о том, что на протяжении периода с начала деятельности Заявителя, а именно с 2017 г., по время рассмотрения заявления, размещение дарксторов отмечено в 41 субъекте, что не может свидетельствовать о наличии известности у

обозначения «**САМОКАТ**» на всей территории Российской Федерации в течение длительного времени.

Кроме того, экспертиза критически оценивает принцип географического размещения Заявителя, отмечая, что дарксторы расположены в основном в административных центрах субъектов. Данное обстоятельство свидетельствует об отсутствии Заявителя на большей части территории каждого из субъектов.

Таким образом, для коллегии не представляется возможным установить факт широкого использования обозначения «**САМОКАТ**» для индивидуализации услуг 35 класса МКТУ «услуги по розничной продаже продуктов питания через мобильное приложение»; 39 класса МКТУ доставка




продуктов питания» на обширной территории Российской Федерации, для неограниченного круга лиц, в течение длительного времени.

Из представленных в Приложениях [25] - [28], [32], [45], [50] - [159], [165] - [180], [183] - [221], [225] - [231], [245] материалов коллегий установлено, что заявителем оказывается продвижение услуг под обозначением «**САМОКАТ**». Однако коллегия отмечает, что рекламные услуги оказываются Заявителем на территории тех субъектов, в которых располагаются дарксторы, а именно в 53 субъектах Российской Федерации. Из чего коллегия не может сделать вывод о том, что обозначение известно широкому кругу лиц, а география продвижения услуг 35 класса МКТУ «услуги по розничной продаже продуктов питания через мобильное приложение»; 39 класса МКТУ «доставка продуктов питания» охватывает всю территорию Российской Федерации, и не ограничивается определённой территорией.

Как установлено из материалов дела, Заявителем представлены результаты социологического исследования (Приложение [234]), целью которого явилось определение наличия или отсутствия широкой известности обозначения «**САМОКАТ**» на момент проведения опроса, а именно с 11.07.2025 г. по 06.08.2025 г.

Из представленных материалов установлено, что исследование осуществлено методом Интернет-опроса по сертифицированной панели респондентов. Социологический опрос был проведен в городах России с населением 500 тыс. и более человек. Всего в исследовании приняли участие 1500 респондентов из 36 городов Российской Федерации: г. Москва (413 человек), г. Санкт-Петербург (176 человек), г. Новосибирск (51 человек), г. Екатеринбург (48 человек), г. Казань (41 человек), г. Красноярск (38 человек), г. Нижний Новгород (38 человек), г. Челябинск (37 человек), г. Уфа (37 человек), г. Самара (36 человек), г. Ростов-на-Дону (36 человек), г. Краснодар

36 человек), г. Омск (35 человек), г. Воронеж (33 человека), г. Пермь (32 человека), г. Волгоград (32 человека), г. Саратов (28 человек), г. Тюмень (27 человек), г. Тольятти (21 человек), г. Махачкала (20 человек), г. Барнаул (19 человек), г. Ижевск (19 человек), г. Хабаровск (19 человек), г. Ульяновск (19 человек), г. Иркутск (19 человек), г. Владивосток (19 человек), г. Ярославль (18 человек), г. Севастополь (18 человек), г. Ставрополь (17 человек), г. Томск (17 человек), г. Кемерово (17 человек), г. Набережные Челны (17 человек), г. Оренбург (17 человек), г. Новокузнецк (17 человек), г. Балашиха (17 человек), г. Рязань (16 человек).

Результаты опроса представлены следующими данными. 97 % опрошенных знакомо тестируемое обозначение «». 89 % участников опроса указали на открытый вопрос, что данное обозначение применяется для услуг доставки (доставки еды, продуктов, товаров и т.д.). Выбирая из предложенных вариантов ответа, 94 % опрошенных отметили, что тестируемое обозначение «» знакомо им для услуг по доставке продуктов питания, а также для услуг по продаже продуктов питания через мобильное приложение (82% респондентов). 52% участников, знакомых с тестируемым обозначением в отношении услуг по доставке продуктов питания полагают, что такие услуги под тестируемым обозначением «» оказываются группой компаний Самокат (включающей компании ООО «Умный ритейл», ООО «Умное Пространство» и т.д.). Среди опрошенных, осведомленных о том, что тестируемое обозначение используется для услуг продажи продуктов питания через мобильное приложение, 48% заявили, что данные услуги также оказывает группа компаний Самокат.


Коллегия критически оценивает результаты, полученные в ходе социологического исследования уровня знания обозначения «**САМОКАТ**» потребителями.


Согласно п. 3.3, п. 3.4 «Рекомендаций по проведению опроса потребителей по вопросу общеизвестности товарного знака в Российской Федерации», утверждённых приказом Роспатента № 74 от 01.06.2001 г. с изменениями от 02.04.2004 г., опросом желательно охватить не менее шести населенных пунктов Российской Федерации. При этом предпочтительным является опрос в городах: Москва, Санкт - Петербург. Остальные населенные пункты определяются лицом, считающим свой товарный знак общеизвестным, исходя из характера его деятельности по производству товаров и/или оказанию услуг. 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.

Представленное Заявителем в материалы дела социологическое исследование не отвечает установленным требованиям, что не позволяет получить объективные сведения об уровне известности обозначения «**САМОКАТ**».


Кроме того, коллегия критически оценивает результаты социологического опроса, относящиеся к уровню знания лица, использующего обозначение «**САМОКАТ**» для оказываемых услуг.


Так, согласно стр. 15 Отчета ВЦИОМ по результатам социологического опроса об уровне известности Обозначения (Приложение [234]), отвечая на закрытый вопрос о том, какая группа компаний из перечисленных использует исследуемое обозначение «**САМОКАТ**» для своих услуг, 52 % и

48% опрошенных указали, что услуги по доставке продуктов питания и услуги по продаже продуктов питания через мобильное приложение соответственно оказывает группа компаний «Самокат». Коллегия приходит к выводу о том, что данный уровень известности лица, оказывающего услуги, является недостаточным для признания обозначения «» общеизвестным, отмечая при этом, что в качестве варианта ответа Заявитель – Общество с ограниченной ответственностью «Умный ритейл» представлен не самостоятельно, а в составе группы компаний «Самокат».

Кроме того, коллегия отмечает, что наличие среди предложенных вариантов закрытого вопроса такого варианта, как «Группа компаний Самокат (ООО «Умный ритейл», ООО «Умное пространство» и т.д.)», который включает в себя словесный элемент «Самокат», 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 «».


Отдельно коллегия учитывает то обстоятельство, что 24 % опрошенных из представленных вариантов ответа выбрали вариант «Затрудняюсь ответить», что оценивается коллегией крайне высоким при наличии представленных вариантов ответа.

Таким образом, из совокупности представленных материалов коллегия не может сделать однозначный вывод о том, что на испрашиваемую дату 01.04.2024 г. комбинированное обозначение «» приобрело широкую известность, поскольку из совокупности всех представленных материалов не формируется представление о широкой известности испрашиваемого обозначения в качестве общеизвестного товарного знака.

В связи с вышеизложенным, коллегия критически оценивает представленные материалы Приложения [1–258] и полагает, что на их основании не представляется возможным сделать вывод о том, что испрашиваемое в качестве общеизвестного товарного знака комбинированное обозначение «» стало широко известно потребителям на дату 01.04.2024 г. в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги по розничной продаже продуктов питания через мобильное приложение»; 39 класса МКТУ «доставка продуктов питания».

Коллегия дополнительно отмечает, что представленное заявителем особое мнение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 17.11.2025 г., не меняет вышеизложенных выводов. При этом согласно абзацу второму пункта 71 Административного регламента заключение коллегии основывается только на тех материалах, которые были представлены заявителем до оглашения резолютивной части на заседании коллегии. Представление и анализ «особого мнения» указанным нормативным документом не предусмотрены.

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 26.12.2024 г., о признании комбинированного обозначения «» общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации с 01.04.2024 г. в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги по розничной продаже продуктов питания через мобильное приложение»; 39 класса МКТУ «доставка продуктов питания» на имя Общества с ограниченной ответственностью «Умный ритейл».