


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 18.02.2025, поданное ООО «Оптовро-розничный рынок «Садовод» (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №812322, при этом установлено следующее.

КАТАЛОГ-САДОВОД



Регистрация комбинированного товарного знака «  » по свидетельству №812322 с приоритетом от 17.12.2019 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 24.05.2021 по заявке №2019765383. Правообладателем товарного знака по свидетельству №812322 является Баев Н.Н., Орловская обл., на основании договора о переходе исключительного права от 09.01.2025 (далее – правообладатель). Товарный знак зарегистрирован в отношении услуг 35, 39 классов МКТУ.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 18.02.2025, выражено мнение о том, что регистрация товарного

знака по свидетельству №812322 произведена с нарушением требований, установленных положениями пунктов 3, 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- ОАО «Оптово-розничный рынок «Садовод» (ОГРН 1027739334127, ИНН 7723129143) было создано 31 января 1997 года (приложение №3). Целью создания предприятия послужила деятельность по предоставлению, сдаче в аренду торговых мест юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, физическим лицам для реализации продуктов сельского хозяйства, посадочного материала сельскохозяйственных и садово-парковых культур для садоводов и огородников;

- в приложениях №№2-15, 17, 18 к возражению содержатся документы, относящиеся к хронологии создания ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» (правопреемник ОАО «Оптово-розничный рынок «Садовод»);

- ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» было создано 06.08.2015 (приложение №12);

- лицо, подавшее возражение, ежегодно участвует в крупнейших российских и международных профессиональных выставках: «MosShoes», «ScrepkaEXPO», «International Trade Fair», «CJF» и других, регулярно оказывает помощь социально незащищённым группам населения: воспитанникам детских домов, многодетным семьям, пожилым людям (приложение №16);

- на сегодняшний день универсальный рынок «Садовод», расположенный территориально в районе Капотня, один из главных центров оптово-розничной торговли не только в Москве, но по России в целом. Включает в себя ТЦ (торговые центры): «Садовод», «Птичий рынок», а также вещевые ряды, торговые ряды «Меха и кожа», «Ковровый», «Текстиль». Всего работают свыше 9500 торговых павильонов. Ежедневно торговый комплекс «Садовод» посещают более 100 000 покупателей из различных регионов России и других государств (приложение №17);

- несмотря на название, «Садовод» знаменит, в первую очередь, благодаря продаже одежды и товаров общего спроса. Почти все торговые точки осуществляют продажу товаров, как в розницу, так и оптом;

- уже более 20 лет универсальный рынок «Садовод» является крупнейшим в России центром оптово-розничной торговли;

- в 2021 году в эксплуатацию был введен новый современный корпус «Б». На площади в 108 тысяч квадратных метров разместились более тысячи торговых точек, а также шесть кафе, детская зона и дом быта. Новый корпус располагает развитой инфраструктурой: складскими помещениями с зоной погрузки-разгрузки, пассажирскими и грузовыми лифтами, эскалаторами, траволаторами и парковочным пространством, рассчитанным на 1200 автомобилей (приложение №18);

- по состоянию на 2024 год в торговом комплексе «Садовод» открыты 9500 павильонов. Рынок также является оптовой закупочной базой для небольших магазинов и интернет-продаж на популярных маркетплейсах;

- за четверть века «Садовод» прошёл путь от открытых торговых рядов с саженцами и товарами для сада и огорода до полноценного торгового комплекса с развитой инфраструктурой и огромным ассортиментом одежды, обуви, аксессуаров для всей семьи;

- таким образом, торговый комплекс (универсальный рынок) «Садовод» стал знаком большинству населения России;

- оспариваемый товарный знак включает в свой состав словесный элемент «САДОВОД», который способен дезориентировать рядовых потребителей (они могут полагать, что правообладатель этого товарного знака является владельцем, или имеет какое-либо отношение к универсальному рынку «Садовод», построенному, введенному в эксплуатацию и контролируемому с участием Администрации г. Москвы);

- предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №812322 со словесным элементом «САДОВОД», при выведении из правовой охраны словесного элемента «КАТАЛОГ», нарушает исключительное право ООО

«Оптово-розничный рынок «Садовод» на фирменное наименование, и способно ввести потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги 35, 39 классов МКТУ, что не соответствует требованиям положений пунктов 3, 8 статьи 1483 Кодекса.

На основании вышеизложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №812322 недействительным в отношении всех услуг 35, 39 классов МКТУ.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Информация об оспариваемом товарном знаке по свидетельству №812322;
2. Распоряжение Мэра Москвы от 29 мая 1996 года № 330-РМ;
3. Выписка из ЕГРЮЛ по ОАО «Оптово-розничный рынок «Садовод»;
4. Распоряжение Мэра Москвы от 6 октября 1998 года №1014-РМ;
5. Договор аренды земельного участка №М-04-014171 от 18.05.1999 и дополнительные соглашения к нему;
6. Распоряжение Правительства Москвы от 23 декабря 2002 года №2021-РМ;
7. Указ Мэра Москвы от 1 октября 2003 года №50-УМ;
8. Распоряжение Правительства Москвы Департамента земельных ресурсов города Москвы №3842;
9. Разрешения на право организации розничного рынка №28/3 от 25.05.2010, №28/4 от 30.12.2010;
10. Протокол №41;
11. Устав ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод»;
12. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод»;
13. Свидетельство о государственной регистрации;
14. Градостроительный план земельного участка;
15. Решение совета депутатов муниципального округа Капотня в городе Москве от 24 октября 2019 года №43/5;

16. Дипломы, награды, грамоты, благодарственные письма;
17. Выписка Росреестра;
18. Лист записи ОКВЭД.

Правообладателем 19.05.2025 был представлен отзыв по мотивам поступившего 18.02.2025 возражения, в котором он отмечал следующее:

- ОАО «Оптово-розничный рынок «Садовод» (ОГРН 1027739334127) создано 31.01.1997, в 2015 году указанное юридическое лицо реорганизовано путем преобразования в ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» (ОГРН 1157746721087);

- таким образом, исключительное право лица, подавшего возражение, на фирменное наименование возникло 31.01.1997, то есть до даты приоритета оспариваемого товарного знака (17.12.2019);

- оспариваемое обозначение и противопоставленное ему фирменное наименование не являются сходными до степени смешения, поскольку имеют различный состав гласных и согласных звуков; кроме того, оспариваемый товарный знак содержит в себе оригинальные изобразительные элементы в виде панды с тележкой, то есть присутствуют и визуальные отличия;

- услуги 35, 39 классов МКТУ оспариваемого товарного знака не являются однородными услугам, в отношении которых ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» осуществляет деятельность с использованием своего фирменного наименования;

- так, услуги 35, 39 классов МКТУ оспариваемой регистрации относятся к услугам в сфере бизнеса, к услугам по исследованию рынка и общественного мнения, к услугам кадровым, к услугам конторским и секретарским, к услугам в области бухгалтерского учёта, к услугам по аренде объектов нежилого фонда, к услугам служб доставки, к услугам погрузочно-разгрузочным, к услугам хранения, а также к услугам по фасовке и упаковке товаров, в то время как деятельность лица, подавшего возражения, выражается в предоставлении аренды помещений третьим лицам (согласно информации из ЕГРЮЛ - приложение №12),

то есть сравниваемые услуги различаются по назначению, сфере применения и кругу потребителей;

- кроме того, в материалах возражения отсутствуют документы, иллюстрирующие ведение фактической деятельности ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод»;

- соответственно, оспариваемое обозначение не может нарушать положения пункта 8 статьи 1483 Кодекса;

- услуги, указанные как основной вид деятельности лица, подавшего возражение, и услуги, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, имеют разный круг потребителей, разное функциональное назначение, что создает дополнительные предпосылки для невозможности их смешения потребителем;

- лицом, подавшим возражение, не представлены реальные доказательства фактического введения в заблуждение потребителя относительно лица, оказывающего услуги 35, 39 классов МКТУ, иными словами, оспариваемая регистрация не нарушает положения пункта 3 статьи 1483 Кодекса.


На основании изложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №812322.

Лицом, подавшим возражение, 20.05.2025 были представлены дополнительные документы к возражению от 18.02.2025, а именно:

19. Заключение №95-2025 от 22.04.2025;
20. Справка к Заключение №95-2025 от 22.04.2025;
21. Заключение №111-2025 от 16.05.2025;
22. Справка к Заключение №111-2025 от 16.05.2025;
23. Пояснительная записка к CD-диску и ссылке на файл с контрольными аудиозаписями, результаты которых представлены в заключении №111-2025 от 16.05.2025;
24. Пояснительная записка к протоколу осмотра доказательств;
25. Протокол осмотра доказательств от 16.05.2025.

Лицом, подавшим возражение, 05.09.2025 были представлены дополнения к возражению от 18.02.2025, в которых оно отмечало следующее:

- ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» 16.11.2023 было подано на

регистрацию обозначение « **САДОВОД**
ТОРГОВЫЙ КОМПЛЕКС» по заявке №2023812190, включающее в свой состав словесный элемент «САДОВОД», воспроизводящий отличительную часть фирменного наименования лица, подавшего возражения;

- в уведомлении о проверке обозначения по заявке №2023812190 требованиям законодательства от 25.07.2024, экспертизой был противопоставлен оспариваемый товарный знак по свидетельству №812322 в рамках пункта 6 статьи 1483 Кодекса (приложение №26), что дополнительно подтверждает довод лица, подавшего возражение, о сходстве до степени смешения оспариваемой регистрации и противопоставленного ему фирменного наименования;

- любое юридическое лицо или индивидуальный предприниматель вправе заниматься иной деятельностью, помимо той, которая соответствует присвоенному коду по ОКВЭД;

- как следует из выписки ЕГРЮЛ (приложение №12), название юридического лица, помимо отличительной части «САДОВОД», включает в свой состав фразу, непосредственно описывающую вид фактической деятельности предприятия, а именно «ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ РЫНОК», то есть данные слова указывают на то, что лицо, подавшее возражение, занимается торговлей;

- рядовые потребители, как правило, приходят на рынок за покупками, а не для того что бы получить в аренду торговые места;

- в новостных лентах опубликовано большое количество материалов, доказывающих существование и функционирование рынка «Садовод», до даты приоритета оспариваемого товарного знака (приложение №27);

- как следует из многочисленных судебных актов, вступивших в законную силу до даты приоритета оспариваемой регистрации, различными судебными инстанциями установлен факт, что в Москве функционировал рынок «Садовод», на котором приобретались различные товары (приложение №28);

- следовательно, осуществление фактической деятельности рынка «Садовод» установлено множеством судебных инстанций и не требует иных доказательств;

- ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» (ранее ОАО «Оптово-розничный рынок «Садовод») осуществляет фактическую деятельность по оказанию услуг по продвижению товаров и введению их в гражданский оборот;

- использование в гражданском обороте фирменного наименования ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» было доказано ранее совокупностью представленных материалов (приложения №№2-18);

- лицо, подавшее возражение, представляет Заключение №111-2025 от 16.05.2025 (приложение №21), составленное Лабораторией социологической экспертизы РАН, по результатам проведенного социологического опроса потребителей услуг по розничной и оптовой продаже товаров (35 класс МКТУ) и услуг доставки товаров (39 класс МКТУ). Проведенное исследование указывает на наличие социологических признаков опасности введения потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, в случае присутствия на

КАТАЛОГ-САДОВОД



рынке услуг под обозначением «». Подавляющее большинство опрошенных (88%) ассоциируют обозначение «САДОВОД» с такими услугами, как услуги по оптово-розничной продаже товаров, услуги магазинов по оптово-розничной продаже товаров, услуги по доставке товаров;

- кроме того, лицо, подавшее возражение, прилагает в материалы дела Заключение №95-2025 от 22.04.2025 (приложение №19), составленное Лабораторией социологической экспертизы РАН, которое показало, что рынок «Садовод», на момент написания отчета, неоднократно упоминался в крупных интернет-магазинах, сетях и маркетплейсах, работающих в федеральном масштабе («Wildberries», «Ozon»), в региональных СМИ и обзорах, а также в отзывах, обсуждениях потребителей на различных сервисах («Irecommend.ru», «Отзовик», форумы, социальные сети). Эти результаты позволяют сделать вывод о широкой распространенности и известности рынка «Садовод» среди


потребителей, как в настоящий момент, так и до даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- в рассматриваемом случае оспаривание предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №812322 на основании пункта 8 статьи 1483 Кодекса тесно связано с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку использование фирменного наименования ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» в гражданском обороте и способность введения в заблуждение потребителей неразрывно связаны между собой, что так же доказывается Заключением №111-2025 от 16.05.2025 (приложение №21);

- результаты социологического опроса содержат выводы о том, что услуги

под обозначением « **САДОВОД**
ТОРГОВЫЙ КОМПЛЕКС» и услуги под оспариваемым товарным

КАТАЛОГ-САДОВОД

знаком «» предоставляются одной или разными, но связанными между собой компаниями (лист 44 приложения №21), что не соответствует действительности;

- лицо, подавшее возражение, представляет материалы (приложения №№29-32), из которых видно, что правообладатель намеренно вводил потребителей в заблуждение, размещая не соответствующую действительности информацию в сети Интернет, о том, что оспариваемое обозначение якобы связано с лицом, подавшим возражение;

- указанное свидетельствует о том, что регистрация оспариваемого товарного знака в отношении услуг 35, 39 классов МКТУ была осуществлена именно с целью введения в заблуждение адресной группы потребителей, пользующихся услугами рынка «Садовод», который принадлежит юридическому лицу ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» (ранее ОАО «Оптово-розничный рынок «Садовод»).

К дополнениям лицом, подавшим возражение, были приложены дополнительные материалы, а именно:

26. Уведомление от 25.07.2024 по заявке №2023812190;

27. Распечатки статей СМИ из новостных лент;
28. Судебные акты;
29. Протокол нотариального осмотра сайта <https://catalog-sadovod.ru>;
30. Распечатки страниц веб-архива «WayBack Machine» по сайту <https://catalog-sadovod.ru> на даты 05.01.2019, 03.06.2022;
31. Ответ Регионального сетевого информационного центра на адвокатский запрос относительно администратора домена <https://catalog-sadovod.ru>;
32. Выписка ЕГРЮЛ на ООО «ЛОГИСТИК ЦЕНТР».

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

С учетом даты приоритета (17.12.2019) правовая база для оценки охраноспособности товарного знака по свидетельству №812322 включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. №482 (далее - Правила), а также Парижскую конвенцию.

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

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности. В случае если ложным или вводящим

в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

При установлении способности обозначения ввести потребителя в заблуждение учитываются в том числе сведения о товарных знаках или иных средствах индивидуализации, предоставление правовой охраны которым признано недействительным на том основании, что действия правообладателя, связанные с их регистрацией и использованием, были признаны в установленном законодательством Российской Федерации порядке актом недобросовестной конкуренции или злоупотреблением правом на основании решения федерального антимонопольного органа и его территориальных органов или решения суда.

Согласно пункту 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения), право на которое в Российской Федерации возникло у иного лица ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

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 положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется

значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

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

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

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

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Коллегия отмечает, что в соответствии с правовой позицией, изложенной в постановлении Президиума ВАС РФ №16133/11 по делу №А40-4717/11 от 03.04.2012, закон не конкретизирует понятие заинтересованного лица и не содержит ограничений по видам заинтересованности, в связи с чем заинтересованным лицом может быть признано любое лицо, доказавшее наличие фактического интереса в прекращении правовой охраны зарегистрированного обозначения.

Согласно доводам возражения, оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с отличительной частью фирменного наименования лица, подавшего возражение, зарегистрированного ранее даты приоритета товарного знака по свидетельству №812322, при этом, ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» ведет деятельность, однородную по отношению к услугам 35, 39 классов МКТУ оспариваемой регистрации.

Кроме этого, лицо, подавшее возражение, полагает, что в рассматриваемом случае оспаривание предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №812322 на основании пункта 8 статьи 1483 Кодекса тесно связано с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку использование фирменного


наименования ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» в гражданском обороте и способность введения в заблуждение потребителей неразрывно связаны между собой.

Указанное позволяет признать данное лицо заинтересованным в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №812322 по основаниям, предусмотренным положениями пунктов 3, 8 статьи 1483 Кодекса.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №812322 представляет

КАТАЛОГ-САДОВОД



собой комбинированное обозначение «  », состоящее из изобразительных элементов в виде мультяшной панды с тележкой, и из словесного элемента «КАТАЛОГ-САДОВОД», выполненного жирным шрифтом, заглавными буквами русского алфавита. Словесная часть «КАТАЛОГ» указана в качестве неохраняемой. Товарный знак зарегистрирован в отношении услуг 35, 39 классов МКТУ.

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.

Согласно сложившейся правоприменительной практике вышеуказанная норма может являться основанием для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку при наличии определенной совокупности условий, а именно:

- соотношение даты возникновения исключительного права на фирменное наименование, охраняемое на территории Российской Федерации, и даты приоритета спорного обозначения - товарного знака;

- наличие или отсутствие тождества или сходства до степени смешения противопоставленного обозначения и фирменного наименования (отдельных его элементов);

- однородность товаров и услуг, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, и видов деятельности юридического лица с противопоставленным фирменным наименованием;

- использование фирменного наименования до даты приоритета спорного товарного знака.

Аналогичная правовая позиция изложена в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 08.08.2019 по делу №СИП-729/2018, от 28.10.2019 по делу №СИП-148/2019, от 11.09.2020 по делу №СИП-938/2019.

Материалы возражения показали, что ОАО «Оптово-розничный рынок «Садовод» (ОГРН 1027739334127) создано 31.01.1997 (приложение №3), в 2015 году указанное юридическое лицо реорганизовано путем преобразования в ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» (ОГРН 1157746721087) (приложения №№11, 12), то есть в период ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака (17.12.2019).

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. При этом в памяти остаются, как правило, отличительные элементы знака.

При этом необходимо принять во внимание правоприменительную судебную практику относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров и услуг, сформулированную в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее - Постановление Пленума Верховного Суда РФ), согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров/услуг. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

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. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство - сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.


Отличительная часть фирменного наименования лица, подавшего возражение, содержит в себе словесные элементы «Оптово-розничный рынок», «Садовод».

Коллегия указывает, что словесные элементы «Оптово-розничный рынок» отличительной части фирменного наименования лица, подавшего возражение, указывают на область его деятельности, ввиду чего являются слабыми.

Словесный элемент «Садовод» отличительной части фирменного наименования лица, подавшего возражение, напротив, никоим образом не характеризует его деятельность, носит фантазийный характер, ввиду чего является сильным.

КАТАЛОГ-САДОВОД



В оспариваемом товарном знаке «  » словесная часть «КАТАЛОГ» словесного элемента «КАТАЛОГ-САДОВОД» выведена из правовой охраны, ввиду чего не будет оказывать существенного влияния при сравнении оспариваемой регистрации с противопоставленным ему фирменным наименованием.

При этом, словесная часть «САДОВОД» словесного элемента «КАТАЛОГ-САДОВОД» оспариваемого обозначения будет являться сильной, никоим образом не характеризующей зарегистрированные услуги 35, 39 классов МКТУ, относящиеся к продвижению и доставке товаров.

Сравнение отличительной части фирменного наименования лица, подавшего возражение, и оспариваемого товарного знака показало, что сравниваемые обозначения имеют в своём составе фонетически и семантически тождественные основные индивидуализирующие элементы/части «САДОВОД», что приводит к выводу об их ассоциировании друг с другом.

Противопоставляемые средства индивидуализации выполнены буквами русского алфавита, что сближает их по визуальному критерию сходства.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу, что сравниваемое оспариваемое обозначение и фирменное наименование, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

В свою очередь, анализ материалов возражения на предмет установления деятельности ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» и соотнесения ее с услугами оспариваемого товарного знака по свидетельству №812322 показал следующее.

Коллегия отмечает, что согласно выписке из ЕГРЮЛ (приложение №12) ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» занимается, в том числе, арендой и управлением собственным или арендованным недвижимым имуществом (код ОКВЭД 68.20), торговлей оптовой неспециализированной (код ОКВЭД 46.90), а также деятельностью вспомогательной прочей, связанной с перевозками (код ОКВЭД 52.29).

Вместе с тем, представленные лицом, подавшим возражение, дополнительные материалы (приложения №№2-18) не доказывают того, что оно до даты приоритета оспариваемого товарного знака (17.12.2019) продавало/доставляло какие-либо товары.

С возражением не было представлено ни одного договора поставки, ни одной товарной накладной, ни одного счёта-фактуры, ни одного универсально-передаточного документа, которые свидетельствовали бы о том, что ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» продавало какие-либо товары третьим

лицам, равно как и не были представлены документы о доставке товаров третьим лицам.

Согласно правовой позиции Суда по интеллектуальным правам, выраженной в пункте 1.3. Раздела 1 Части IV Обзора, в целях признания предоставления правовой охраны товарному знаку недействительной по пункту 8 статьи 1483 Кодекса устанавливается фактическое использование фирменного наименования в отношении однородных товаров и услуг до даты приоритета товарного знака для определения вероятности смешения потребителем товарного знака с фирменным наименованием. Требование об обязательном использовании фирменного наименования (фактическое осуществление деятельности) до даты приоритета товарного знака при осуществлении деятельности, однородной товарам (услугам), для которых зарегистрирован товарный знак, следует из совокупного толкования положений пункта 6 статьи 1252 Кодекса, пункта 8 статьи 1483 Кодекса и статьи 8 Парижской конвенции. Установление использования фирменного наименования обусловлено необходимостью определения вероятности смешения потребителем спорного товарного знака с противопоставленным фирменным наименованием (Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.12.2014 по делу №СИП-127/2014).

В возражении от 18.02.2025 лицо, его подавшее, отмечало, что по состоянию на 2024 год в торговом комплексе «Садовод» открыты 9500 павильонов.

Коллегия полагает, что услугами торговли/доставки занимаются именно сами павильоны, которые получают за продажу/доставку своих товаров выручку.

Соответственно, представленные лицом, подавшим возражение, документы (приложения №№2-18), судебные акты (приложение №28) могут косвенно свидетельствовать только о том, что ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» сдавало и продолжает сдавать в аренду торговые площадки третьим лицам (сами договоры аренды в материалы дела не были представлены).

В данном случае коллегия не может не согласиться с доводами правообладателя о том, что услуги 35 класса МКТУ «бизнес-услуги

посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; помощь в управлении бизнесом; прогнозирование экономическое; службы консультативные по управлению бизнесом; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление деятельностью внештатных сотрудников; услуги в области общественных отношений; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» и услуги 39 класса МКТУ «аренда складов; доставка газет; доставка корреспонденции; доставка пакетированных грузов; доставка товаров; доставка товаров, заказанных по почте; доставка цветов; загрузка торговых аппаратов; информация по вопросам хранения товаров на складах; переноска грузов; прокат рефрижераторов; работы погрузочно-разгрузочные; работы разгрузочные; расфасовка товаров; упаковка товаров; услуги курьеров [доставка корреспонденции или товаров]; услуги по упаковке подарков; хранение данных или документов в электронных устройствах; хранение товаров; хранение товаров на складах; экспедирование грузов» оспариваемого товарного знака не являются однородными деятельности лица, подавшего возражения, по предоставлению в аренду торговых площадок третьим лицам, так как оспариваемые услуги 35, 39 классов МКТУ относятся к услугам в сфере бизнеса, к услугам по исследованию рынка и общественного мнения, к услугам кадровым, к услугам конторским и секретарским, к услугам в области бухгалтерского учёта, к услугам по аренде объектов нежилого фонда, к услугам служб доставки, к услугам погрузочно-разгрузочным, к услугам хранения, а также к услугам по фасовке и упаковке товаров, в то время как деятельность лица, подавшего

возражения, относится к услугам сдачи помещений в аренду, то есть сравниваемые услуги различаются по назначению, сфере применения и кругу потребителей.

Соответственно, коллегия полагает, что оспариваемый товарный знак не нарушает исключительные права лица, подавшего возражения, на его фирменное наименование, то есть соответствует положениям пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.

Словесная часть «САДОВОД» словесного элемента «КАТАЛОГ-САДОВОД» оспариваемого товарного знака сама по себе не содержит сведений, которые бы являлись ложными или вводящими потребителя в заблуждение относительно услуги или лица, её оказывающего, то есть применительно к услугам 35, 39 классов МКТУ указанная словесная часть является фантазийной.

Вместе с тем, вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным лицом, оказывающим услуги, на основании имеющегося опыта. Для такого вывода необходимо наличие доказательств, подтверждающих активное и интенсивное использование обозначения лицом, подавшим возражение, в результате чего у потребителей способна возникнуть стойкая ассоциативная связь между указанным лицом и услугами 35, 39 классов МКТУ, которые вводятся в гражданский оборот под соответствующим обозначением.

Представленные лицом, подавшим возражение, разрешительные документы (приложения №№2-10, 13-15), дипломы, награды, грамоты, благодарственные письма (приложение №16), распечатки статей СМИ из новостных лент (приложение №27), судебные акты (приложение №28) не содержат в себе упоминаний о том, что ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» до даты приоритета оспариваемого товарного знака (17.12.2019) продавало/доставляло третьим лицам какие-либо товары, маркированные обозначением «САДОВОД».

В отношении приложенного в материалы возражения Заключение №111-2025 от 16.05.2025 (приложение №21), коллегия отмечает, что оно содержит в себе ряд нарушений положений, установленных Информационной справкой о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков, утвержденной Постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 №СП-21/15, в частности: 1) построение вопросов и ответов таким образом, чтоб получить «верный» результат (например, в диаграмме №3 респондентам предлагалось



соотнести обозначение «САДОВОД», включающим в себя словесные элементы «торговый комплекс», и услуги, с которыми оно ассоциируется - первым ответом указано «услуги по оптово-розничной продаже товаров»; 2) отсутствие открытых ответов/наличие наводящих вопросов (например, в диаграммах №№6, 7 ставились вопросы о том, с кем потребители ассоциируют



обозначение «САДОВОД» и вторым ответом было «ООО «Рынок «Садовод», при этом, данные вопросы и ответы включают в себя тождественный словесный элемент «САДОВОД»; 3) искажение задаваемых вопросов (диаграммы №№8, 9 содержат вопросы об услугах, оказываемыми под обозначениями

КАТАЛОГ-САДОВОД



«САДОВОД», при этом, респондентам не объяснялось, что виды услуг могут быть различными).

Соответственно, результаты Заключения №111-2025 от 16.05.2025 (приложение №21) не могут быть положены в основу вывода о том, что потребитель будет введен в заблуждение в отношении лица, оказывающего услуги 35, 39 классов МКТУ (тем более с учётом того, что лицом, подавшим возражение, не были представлены документы о реализации/доставке каких-либо товаров).

Что касается представленного лицом, подавшим возражение, Заключения №95-2025 от 22.04.2025 (приложение №19) об известности рынка «Садовод»,

услуги которого маркируются обозначением «САДОВОД», то коллегия указывает, что данное информационное исследование не содержит в себе сведений о том, что ООО «Оптово-розничный рынок «Садовод» оказывает услуги по реализации/доставке каких-либо товаров (напротив, приводится информация о разнообразии товаров от российских, китайских и турецких производителей - страница 28 приложения №19).

Коллегия отмечает, что лицом, подавшим возражение, не были представлены сведения об объемах продаж/доставки товаров, маркированных обозначением «САДОВОД», о длительности использования обозначения «САДОВОД» для маркировки услуг 35, 39 классов МКТУ, об объемах затрат на рекламу услуг, маркированных данным обозначением.

Таким образом, коллегия усматривает, что приложенные в дело материалы не свидетельствуют о длительном и широком использовании обозначения «САДОВОД» в различных регионах Российской Федерации, в связи с чем у среднего российского потребителя могла бы сформироваться ассоциация между рассматриваемым обозначением «САДОВОД» и лицом, подавшим возражение, или вообще с каким-либо конкретным производителем.

Следовательно, коллегия не находит оснований для вывода о том, что оспариваемый товарный знак вводит потребителя в заблуждение в отношении лица, оказывающего услуги 35, 39 классов МКТУ (не нарушает положения пункта 3 статьи 1483 Кодекса).

По тексту дополнений от 05.09.2025 лицо, подавшее возражение, указывало, что «правообладатель намеренно вводил потребителей в заблуждение, размещая не соответствующую действительности информацию в сети Интернет, о том, что оспариваемое обозначение якобы связано с лицом, подавшим возражение». Коллегия приняла данный довод во внимание и сообщает, что установление факта недобросовестной конкуренции при рассмотрении возражений против предоставления правовой охраны товарному знаку не относится к компетенции федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

Следовательно, оснований для анализа поступившего возражения на предмет его соответствия законодательству о защите конкуренции у коллегии не имеется.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 18.02.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №812322.