

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) (далее - Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 21.04.2025, поданное АО «Нижегородский химико-фармацевтический завод», Нижний Новгород (далее – лицо, подавшее возражение, АО «Нижфарм»), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №827772, при этом установлено следующее.

Оспариваемый словесный товарный знак «**МАГНИКАРДИЛ**» по заявке № 2019743983, поданной 04.09.2019, зарегистрирован 07.09.2021 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №827772 на имя АО «АВВА РУС», Москва (далее – правообладатель), в отношении товаров 05 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В поступившем 21.04.2025 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении, выражено мнение лица, его подавшего, о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №827772 произведена в нарушение требований, установленных положениями пункта 6 статьи 1483 Кодекса.


Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения со знаком «Кардиомагнил» по международной регистрации №898395А (1), права на

который принадлежат лицу, подавшему возражение. Кроме того, АО «Нижфарм»

является правообладателем товарных знаков «**CARDIOMAGNYL**
КАРДИОМАГНИЛ» (2), «



(3), «» (4) по свидетельствам №173469, №688026, №688788, которые входят в серию знаков данного лица и объединены элементом «КАРДИОМАГНИЛ»;

- словесный элемент «Кардиомагнил» знака (1) лица, подавшего возражение, является сложным словом, состоит из двух корней «кард-» (с иноязычным суффиксом «-ио») и «магн-», имеет концевой суффикс «-ил», состоит из 5 слогов, 12 звуков, со следующей фонетической транскрипцией: [кард'иамагн'ил]. Оспариваемый товарный знак состоит из одного слова, 4 слогов, 11 звуков со следующей фонетической транскрипцией: [магн'икард'ил]. При этом слово «МАГНИКАРДИЛ» также является сложным, состоит из тех же двух корней «кард-» и «магн-», расположенных в ином порядке, без суффикса «-ио», но соединенных соединительной гласной «и», и также имеет концевой суффикс «-ил». За счет того, что сравниваемые обозначения состоят из одинаковых корней «магн-» и «кард-», а также имеют тождественный концевой суффикс «-ил», при этом использована буква «и» между корнями (вне зависимости от ее морфологического значения), сравниваемые обозначения имеют 11 совпадающих звуков, при этом все гласные полностью совпадают, а последняя ударная одинаковая гласная в двух обозначениях усиливает сходство при их произношении. Оспариваемое обозначение образовано путем перестановки между собой одинаковых корней «магн-» и «кард-» с использованием гласной «-и», хоть и выполняющей различные морфологические функции (часть суффикса в слове «Кардиомагнил» и соединительная гласная «МАГНИКАРДИЛ»), но от этого не уменьшающей сходство двух обозначений, за счет чего сравниваемые обозначения имеют несколько фонетически близких элементов (буквосочетаний), а также тождественный ударный концевой суффикс «-ил» в конце слова. За счет

использования одной и той же гласной «и» после первого корня в обоих товарных знаках является возможным при дальнейшем анализе сравнивать части «магни-» и «карди-» без проведения морфологического анализа этих элементов. Таким образом, сравниваемые обозначения отличаются друг от друга только наличием одной буквы «о» в товарном знаке лица, подавшего возражение. Вместе с тем рекомендации Министерства здравоохранения «Рациональный выбор названий лекарственных средств. Методические рекомендации» (утвержденные 10.10.2005) (вместе с Методикой проверки названий на графическое и фонетическое сходство), Резолюция 46 Всемирной ассамблеи здравоохранения "WHA46.19 непатентованные названия для фармацевтических веществ" от 12.05.1993 содержат общее правило о том, что при подсчете букв (знаков), составляющих слова, различия между сравниваемыми названиями должны составлять 3 и более букв (знаков) в любом сочетании;

- сравниваемые знаки сходны по графическому признаку, поскольку являются словесными, выполненными в кириллице стандартным шрифтом черного цвета. Сравниваемые обозначения составлены из двух одинаковых частей «магни-» и «карди-», имеют одинаковый суффикс «-ил» и почти все одинаковые буквы, за исключением одной буквы «о», что обеспечивает общее зрительное впечатление сходства. Несмотря на то, что начальный и конечный элементы сравниваемых товарных знаков отличаются между собой, это не создает иного зрительного впечатления, поскольку данные словесные элементы (начальный и конечный) являются одинаковыми, а различие обеспечено за счет простой перестановки одинаковых словесных элементов из начала в конец слова. Потребитель, обозревая сравниваемые обозначения, все равно увидит, что в каждом из них есть одинаковые словесные элементы и заметит, что они образованы за счет одинаковых частей слов;

- с точки зрения семантического признака сравниваемые обозначения «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» представляют собой вымышленные слова, являются фантазийными и не имеют самостоятельного смыслового значения. По этой причине сравнение товарных знаков на предмет смыслового сходства невозможно. При этом сравниваемые товарные знаки вызывают определенные

ассоциации, словесные элементы каждого из которых имеют определенное смысловое значение, за счет того, что образованы от части слова, являющегося действующим веществом лекарственного препарата для сердечно-сосудистых заболеваний (магний), а также от слова, указывающего на назначение лекарственного препарата (для сердца, от греч. kardia - сердце). Вместе с тем такое наименование лекарственного препарата (образованное от действующего вещества и указания на назначение) не является стандартным для лекарственных препаратов, предназначенных для профилактики или лечения сердечно-сосудистых заболеваний. В соответствии с Государственным реестром лекарственных средств с международным непатентованным наименованием (далее - МНН) Ацетилсалициловая кислота+[Магния гидроксид] зарегистрировано 12 различных лекарственных препаратов. Вместе с тем ни одно из них не имеет в своем наименовании комбинацию частей «магни-» и «карди-» без дополнительных словесных элементов, что исключает вероятность смешения;

- оспариваемый товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 05 класса МКТУ «препараты химико-фармацевтические для лечения сердечно-сосудистых заболеваний». Товарный знак лица, подавшего возражение, зарегистрирован в отношении товаров 05 класса МКТУ «препараты фармацевтические». Препараты химико-фармацевтические для лечения сердечно-сосудистых заболеваний являются фармацевтическими препаратами, в связи с чем входят в одну общую видовую группу препараты фармацевтические. Так как фармацевтический препарат может быть препаратом, предназначенным для лечения сердечно-сосудистых заболеваний, указанные товары могут иметь одинаковые потребительские свойства (применяемыми по отношению к лекарственным препаратам), функциональное назначение (поскольку препарат, имеющий в наименовании товара слово «кардио-» очевидно будет связан с лечением или профилактикой сердечно-сосудистых заболеваний), одинаковые условия реализации (аптеки), одинаковый круг потребителей (а именно потребители, нуждающиеся в приеме препаратов для сердечно-сосудистых заболеваний);

- существуют дополнительные обстоятельства, влияющие на возможность смешения товарных знаков. Так, вероятность смешения потребителями товарных знаков «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» увеличивается за счет того, что оба сравниваемых обозначения используются для индивидуализации лекарственных препаратов с МНН Ацетилсалициловая кислота+[Магния гидроксид], а также за счет широкой известности товарного знака лица, подавшего возражение. Лицо, подавшее возражение, с 2007 года вводит в гражданский оборот лекарственный препарат «Кардиомагнил» (МНН Ацетилсалициловая кислота+[Магния гидроксид]), предназначенный для защиты от развития тромбозов, которые могут проявляться в виде стенокардии, инфаркта миокарда;

- препараты под обозначением «МАГНИКАРДИЛ» активно вводятся в гражданский оборот Российской Федерации с 2007 года, о чем свидетельствуют многочисленные представленные с возражением материалы. Правообладателем оспариваемого товарного знака также производится и вводится в гражданский оборот лекарственный препарат «МАГНИКАРДИЛ» (МНН Ацетилсалициловая кислота+[Магния гидроксид]), зарегистрированный много позже препарата лица, подавшего возражение (а именно, первая регистрация на «МАГНИКАРДИЛ» была получена 19.05.2021). При этом способ использования оспариваемого товарного знака правообладателем усиливает вероятность смешения за счет того, что обозначение «МАГНИКАРДИЛ» используется для лекарственного препарата с тем же составом действующих веществ, использование на упаковке сине-красной комбинации цветов, а также, как уже было отмечено, за счет того, что оспариваемый товарный знак состоит из тех же словесных элементов, что и товарный знак лица, подавшего возражение;

- наличие фактического смешения обозначений «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» подтверждается опросом потребителей. В соответствии с проведенным Институтом социологии ФНИСЦ РАН исследованием, большинство потребителей (61%) в настоящее время полагают, что обозначения «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» в целом ассоциируются между собой. При этом большинство опрошенных в настоящее время полагают, что обозначения

«МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» сходны по звучанию (62%), смыслу (64%) и внешнему виду (52%). На дату приоритета также большинство потребителей (63%) полагали, что обозначения «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» в целом ассоциируются между собой. Кроме этого, на дату приоритета большинство опрошенных полагали, что спорные обозначения сходны по звучанию (65%), смыслу (66%) и внешнему виду (59%). При этом значительная доля опрошенных (45%) полагают, что в настоящее время фармацевтические препараты и лекарственные средства под спорными обозначениями производятся одним производителем или разными, но связанными между собой производителями. Сходные результаты в отношении двух сравниваемых товарных знаков были получены при исследовании смешения на дату приоритета оспариваемого товарного знака. Большинство потребителей полагают, что между упаковками правообладателя и лица, подавшего возражение, существует сходство по звучанию (76%), смыслу (71%) и внешнему виду (65%). Кроме того, большинство потребителей (65%) в настоящее время считают, что оформление спорных упаковок в целом создает схожее общее впечатление.

В подтверждение изложенных доводов к возражению и дополнениям к возражению приложены следующие материалы:

1. Сведения о товарных знаках по свидетельствам №827772, №688026, №688788, №173469, знаке по международной регистрации № 898395А
2. Выдержка из Словаря морфем русского языка под ред. А.И. Кузнецовой и Т.Ф. Ефремовой, М.: Русский язык, 1986 г., стр. 669;
3. Сведения из Государственного реестра лекарственных средств о лекарственных препаратах с МНН Ацетилсалициловая кислота+[Магния гидроксид];
4. Данные из Государственного реестра лекарственных средств в отношении препарата «Кардиомагнил»;
5. Результаты исследования «Мнение практикующих врачей» и «Мониторинг назначений врачей» от компании «Ипсос Комкон»;
6. Информация со страницы Победители премии «Товар года - 2020»;

7. Информация со страницы Лауреаты премии «Народная марка - 2021» в номинации «Сердечно-сосудистый препарат»;
8. Диплом лидера в номинации «Лучший безрецептурный препарат 2024 года»;
9. Сведения о предложении к продаже в интернет-магазине «АПТЕКИ ГОРЗДРАВ»;
10. Сведения о предложении к продаже в сети аптек «Планета здоровья»;
11. Сведения о предложении к продаже в сети аптек «36,6»;
12. Информационное письмо, содержащее сведения об объемах продаж препарата «Кардиомагнил»;
13. Результаты исследований «DSM» в отношении препарата «Кардиомагнил» за 2021 г.;
14. Результаты исследований «DSM» в отношении препарата «Кардиомагнил» за 2022 г.;
15. Данные из ГРЛС о лекарственном препарате «МАГНИКАРДИЛ»;
16. Данные из ГРЛС о лекарственном препарате «Кардиомагнил»;
17. Заключение социологической экспертизы.

Согласно возражению, предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №827772 оспаривается в отношении всех товаров 05 класса МКТУ.

Правообладатель товарного знака по свидетельству №827772, в установленном порядке ознакомленный с материалами возражения, представил отзыв по его мотивам, доводы которого сводятся к следующему:

- правообладатель не оспаривает однородность товаров 05 класса МКТУ оспариваемого и противопоставленного знаков;

- оспариваемый товарный знаки и товарные знаки по свидетельствам №173469, №688026, №688788, знак по международной регистрации №898395А не являются сходными. Словесные элементы «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» отличаются по своей звуковой структуре, что исключает возможность их смешения при слуховом восприятии. Обозначение «МАГНИКАРДИЛ» состоит из одиннадцати букв и четырех слогов: МАГ-НИ-КАР-ДИЛ. В то время как

обозначение «Кардиомагнил» состоит из двенадцати букв и пяти слогов: КАР-ДИ-О-МАГ-НИЛ. Таким образом, слова различаются по ритмике, слоговой делению и общей длине. Важным является различие элементов, занимающих первоначальную позицию и с которых потребитель начинает прочитывать названия лекарственных препаратов. Именно эти части слов легче всего запоминаются в длинных словах, на них акцентируется внимание потребителей в первую очередь. В первом случае слово начинается с «МАГНИ», в другом - с «Кардио». Данные части слов не совпадают ни фонетически, ни морфологически. При этом звук «М» относится к сонорным согласным, производится без участия турбулентного потока воздуха в голосовом тракте, звучит ясно и четко. Напротив, согласный звук «К» относится к глухим, произносимым без вибрации гортани, что исключает какое-либо фонетическое сходство сопоставляемых частей. Вторые составляющие сравниваемых слов - «КАРДИЛ» и «МАГНИЛ» - также имеют различное звучание в начале и заканчиваются одинаковым суффиксом «-ил», который при сравнительно большой длине слов утрачивает отличительные черты, нивелируется по звучанию. При произнесении обозначений различие в ударениях и звуко сочетаниях приводит к тому, что они не воспринимаются как близкие или сходные. Даже наличие отдельных общих элементов, таких как «МАГНИ» и «КАРД», не может изменить общее фонетическое впечатление: совпадающие части расположены в разных позициях, а общее звучание слов отличается как по структуре, так и по ритмике;

- правило о подсчете букв между сравниваемыми названиями лекарственных средств, содержащееся в Рекомендациях Минздрава Российской Федерации и на которые ссылается лицо, подавшее возражение, не могут учитываться. Суд по интеллектуальным правам не раз отмечал, что данный документ регулирует исключительно вопрос выбора наименования лекарственных средств, заявления о государственной регистрации которых представлены в Министерство здравоохранения. Вместе с тем лекарственный препарат «МАГНИКАРДИЛ» зарегистрирован в Минздраве Регистрационное удостоверение ЛП-№ (001750)-(РГ-1Ш), что подтверждает соответствие обозначения «Методическим рекомендациям по рациональному выбору названий лекарственных средств» (утверждены

департаментом госконтроля лекарственных средств и медтехники Министерства здравоохранения Российской Федерации 01.07.2003);

- визуальное сравнение сравниваемых обозначений свидетельствует об их различии. Обозначение «МАГНИКАРДИЛ» включает 11 букв, тогда как «Кардиомагнил» - 12 букв. Различие в длине и структуре слов создает иное визуальное впечатление, особенно при восприятии на упаковках лекарственных средств, где названия представлены в явном, часто крупном и читаемом виде. Структурно обозначения различны: в «МАГНИКАРДИЛ» смысловые элементы «МАГНИ» и «КАРДИЛ» идут подряд, образуя целостную конструкцию. В «Кардиомагнил» сначала используется «КАРДИО», затем «МАГНИЛ», что создает другую визуальную и смысловую разбивку. Начальные и конечные части слов - одни из самых значимых для потребителя с точки зрения восприятия и запоминания - в данном случае также различны. Кроме того, оба словесных элемента написаны кириллицей, но сходство алфавита не приводит к визуальному тождеству, так как буквенные комбинации, их порядок и композиция отличаются. В условиях, когда названия лекарственных препаратов читаются внимательно и в комплексе с указанием действующего вещества, дозировки и формы выпуска, риск визуального смешения снижается. Дополнительно отмечаем, что визуальное оформление противопоставленной серии товарных знаков сопряжено с использованием оригинальной графики, использованием цветовых сочетаний и графических акцентов. Данные визуальные элементы формируют у потребителя запоминаемый образ, который играет существенную роль в восприятии препарата и в его отличии от других лекарственных средств. В отличие от этого, товарный знак «МАГНИКАРДИЛ» зарегистрирован стандартным шрифтом и лишен оригинальной графической проработки. Отсутствие графического сходства между товарным знаком АО «АВВА РУС» и противопоставленной серией товарных знаков усиливает визуальное различие и делает невозможным смешение упаковок в условиях реального потребления. Таким образом, даже при частичном совпадении отдельных словесных элементов, общий зрительный образ препаратов принципиально различен, что также исключает риск смешения товарных знаков в целом;

- на фармацевтическом рынке общепринятой является практика использования в наименованиях лекарственных средств элементов, указывающих на действующее вещество или терапевтическое назначение. Это обусловлено необходимостью обеспечения информативности названия для медицинских специалистов и потребителей. Такие элементы, как «МАГНИ» (указывающий на магний), «КАРДИО» (сердечная направленность действия), «НИЛ», «ДИЛ» и другие фармацевтические суффиксы используются во множестве коммерческих обозначений и сами по себе обладают пониженной различительной способностью. Возможно использование в названии препарата принятых в научной медицинской терминологии латинских и греческих слов и частиц. Например, хорошо известен такой прием, как «основосложение или словосложение» - соединение двух или более основ. В номенклатуре лекарственных средств оно чаще всего сопровождается добавлением какого-либо суффикса. В торговой номенклатуре лекарственных средств соблюдение порядка компонентов не обязательно, часто используются перестановки. Таким образом, включение в торговые названия лекарственных препаратов частей латинских и греческих основ/слов является традиционным и широко используемым приемом, позволяющим, с одной стороны, придумать уникальное название, а с другой стороны, обеспечить его косвенную ассоциативную связь с назначением и составом лекарственного препарата. Обозначение «МАГНИКАРДИЛ» строится по модели, при которой на первом месте стоит элемент «МАГНИ», от латинского «Magnesium» - магний, вызывающий ассоциации с магнием как действующим веществом, а далее следует «КАРДИЛ», от греческого καρδιά - в переводе означает сердце, что отсылает к направленности препарата на лечение сердечных заболеваний. Таким образом, семантический акцент в восприятии потребителя смещается в сторону действующего вещества. Напротив, в обозначении «Кардиомагнил» начальный элемент «КАРДИО» сразу указывает на область применения - сердечно-сосудистую систему, а компонент «МАГНИЛ» воспринимается как обозначение лекарственного средства, включающего магний. Следовательно, разный порядок смысловых частей формирует разные логические акценты и ассоциации: в одном случае - на веществе,

в другом - на назначении. Это приводит к различному восприятию идей, заложенных в обозначениях. Еще одним смысловым различием между обозначениями является их структурная организация с точки зрения восприятия на русском языке. Обозначение «Кардиомагнил» построено по привычной для русского языка модели сложных слов, где отдельные элементы соединяются с помощью соединительной гласной «о», что делает слово более естественным и плавным по звучанию и восприятию. В отличие от него, «МАГНИКАРДИЛ» не содержит соединительной гласной и представляет собой искусственно сформированное, жестко скомпонованное слово, что придает ему отчетливо фантазийный характер и усиливает ощущение нелексического, фантазийного обозначения. Такое различие в построении дополнительно усиливает семантическую разобщенность обозначений и снижает вероятность их смешения в восприятии обычного потребителя. Таким образом, несмотря на общую тематическую направленность обоих обозначений, смысловое восприятие каждого из них формируется как самостоятельное и отличительное. Разные структуры, акценты и порядок элементов создают иное целостное семантическое впечатление. У потребителя не возникает ощущение того, что обозначения принадлежат одному источнику происхождения, особенно с учетом специфики фармацевтического рынка, где совпадения по терапевтическим и химическим морфемам являются допустимыми и не приводят к смешению товаров;

- при сопоставлении обозначений «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» в совокупности всех критериев - фонетического, графического и семантического - можно сделать обоснованный вывод об их различии. Несмотря на наличие в структуре обоих слов отдельных общих морфем, таких как «МАГНИ» и «КАРД», в целом обозначения существенно отличаются по ритмике, длине, структуре, порядку элементов, интонации и смысловым акцентам. Эти различия формируют разные звуковые и визуальные образы, а также вызывают разные ассоциативные ряды. Обозначения воспринимаются как независимые, не производные друг от друга и не указывающие на единый источник происхождения продукции. Таким образом, в целом товарный знак «МАГНИКАРДИЛ» по свидетельству №827772,

зарегистрированный на имя АО «АВВА РУС» не ассоциируются и не является сходным до степени смешения с серией товарных знаков «Кардиомагнил» по свидетельствам №688788, №173469, №688026, знаком по международной регистрации №898395А;

- лицо, подавшее возражение, в качестве дополнительных обстоятельств, влияющих на возможность смешения знаков, указывает на широкую известность своих товарных знаков с элементом «Кардиомагнил». Так, лицо, подавшее возражение, утверждает, что вводит в гражданский оборот лекарственный препарат «Кардиомагнил» с 2007 г. Однако данный факт не доказывает его известность среди потребителей, поскольку отсутствует информация о количестве реализованного товара, затратах на его продвижение. Представленная с возражением информация о том, что препарат «Кардиомагнил» становился победителем различных премий, о реализации препарата в 1507 аптеках «ГОРЗДРАВ» Москвы и Московской области, 663 аптеках «Планета здоровья», 346 аптеках «36,6», относится к периоду позднее даты приоритета товарного знака по свидетельству №827772 и не может учитываться в качестве подтверждения известности обозначения «Кардиомагнил» до 04.09.2019. Кроме того, информация, представленная в письме АО «Нижфарм» об объемах продаж препарата «Кардиомагнил», не подтверждена документально. АО «Нижегородский химико-фармацевтический завод» также ссылается на то, что по результатам исследования ООО «Ипсос Комкон» «Кардиомагнил» стал самым назначаемым препаратом ацетилсалициловой кислоты для сердца в период с осени 2014 г. по 2 квартал 2020 г. Однако данные, полученные по результатам исследования, являются нерелевантными, поскольку не указано количество респондентов-кардиологов в выбранных городах, что не дает возможность объективно оценить представленную информацию. Не доказывает известность товарного знака «Кардиомагнил» и довод лица, подавшего возражение, о том, что «Кардиомагнил» с 2013 г. регулярно входил в перечень лекарственных препаратов, соответствующих требованиям нормативной документации, на основании результатов экспертиз Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения. Данная выборочная экспертиза является обязательной для всех производителей

лекарственных средств, поступающих в гражданский оборот в Российской Федерации. Кроме того, препарат «МАГНИКАРДИЛ» также проходил данную экспертизу и вошел в перечень лекарственных препаратов, соответствующих требованиям нормативной документации. Также АО «Нижфарм» указывает, что препарат «Кардиомагнил» упоминается в 2550 научных исследованиях. Однако научные статьи рассчитаны в первую очередь на специалистов в сфере медицины и фармацевтики, а не на потребителя, поскольку для их понимания необходимо обладать углубленными знаниями в данных областях. Таким образом, представленные лицом, подавшим возражения, данные не доказывают известность лекарственного препарата «Кардиомагнил»;

- социологический опрос, представленный лицом, подавшим возражение, не может учитываться в качестве подтверждения фактического смешения обозначений «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил», поскольку имеет неподходящий инструмент сбора данных для решения задач опроса, в нем отсутствует обоснование распределения выборки по географии, отсутствуют социально-демографические характеристики опрошенных, содержится неадекватная реализация отбора респондентов в анкете, наводящий характер вопросов, неадекватный подход к составлению опросного инструментария, имеется манипулятивный характер выводов. Таким образом, можно сделать вывод, что качество данных, полученных в ходе анализируемого опроса, не соответствует исследовательским целям, которые отражены в представленном заключении, а выводы, сделанные авторами заключения, являются несостоятельными;

- правообладатель приобщает Отчет по результатам социологического исследования, проведенного АНО «ЛЕВАДА-ЦЕНТР». По результатам проведения социологического исследования можно отметить следующее. Абсолютное большинство как среди всех потребителей, так и среди потребителей лекарственных средств для сердечно-сосудистых заболеваний, как на момент опроса, так и в ретроспективе до 4 сентября 2019 года, считают, что обозначения «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» не сходны ни в целом, ни по отдельным признакам. Так, большинство потребителей как на момент опроса (83%), так и в

ретроспективе до 4 сентября 2019 года (87%), считают, что обозначения «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» не сходны в целом. Среди потребителей лекарственных средств для сердечно-сосудистых заболеваний эти показатели выше - 90% потребителей лекарственных средств для сердечно-сосудистых заболеваний на момент опроса и 92% потребителей лекарственных средств для сердечно-сосудистых заболеваний в ретроспективе до 4 сентября 2019 года считают, что обозначения не сходны в целом. При этом по отдельным критериям сравнения большинство потребителей также указало об отсутствии сходства обозначений: по визуальному признаку - 82% и в ретроспективе - 86%; по фонетическому признаку - 80%, в ретроспективе - 84%; по семантическому признаку - 83%, в ретроспективе - 85%. Среди потребителей лекарственных средств для сердечно-сосудистых заболеваний показатели выше: по визуальному признаку - 91% и в ретроспективе - 90%; по фонетическому признаку - 90%, в ретроспективе - 89%; по семантическому признаку - 90%, в ретроспективе - 90%. Кроме того, большинство потребителей как на момент опроса (85%), так и в ретроспективе до 4 сентября 2019 года (88%), считают, что лекарственные средства под обозначениями «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» производятся разными никак не связанными между собой компаниями. Среди потребителей лекарственных средств для сердечно-сосудистых заболеваний как на момент опроса (90%), так и в ретроспективе до 4 сентября 2019 года (89%) считают, что лекарственные средства под обозначениями «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» производятся разными никак не связанными между собой компаниями. Также большинство потребителей как на момент опроса (81 %), так и в ретроспективе до 4 сентября 2019 года (85%), собираясь купить лекарственное средство под обозначением «Кардиомагнил» не могли бы перепутать, купить вместо него лекарственное средство под обозначением «МАГНИКАРДИЛ». Среди потребителей лекарственных средств для сердечно-сосудистых заболеваний эти показатели еще выше - 89%, а в ретроспективе - 90%. Таким образом, можно сделать вывод, что фактическое смешение обозначений «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» отсутствует.

На основании изложенного, правообладателем изложена просьба оставить в

силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №827772.

К отзыву приложены следующие материалы:

18. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 09.04.2014 по делу № СИП-225/2013;
19. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.02.2015 по делу № СИП-539/2014;
20. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 23.04.2015 по делу № СИП-804/2014;
21. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 21.10.2015 по делу № СИП-883/2014;
22. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 01.02.2016 по делу № СИП-380/2015;
23. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 08.07.2016 по делу № СИП-448/2015;
24. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 17.11.2017 по делу № СИП-105/2017;
25. Решение Суда по интеллектуальным правам от 16.12.2022 по делу № СИП-870/2022;
26. Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 10.10.2022 по делу № СИП-865/2021;
27. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 22.02.2023 № С01-74/2023 по делу № А66-3117/2020;
28. Отзыв на заключение от АНО «Левада-Центр»;
29. Отчет по результатам социологического исследования, проведенного АНО «ЛЕВАДА- ЦЕНТР»;
30. Копия регистрационного удостоверения на препарат «МАГНИКАРДИЛ».

На заседании коллегии, состоявшемся 20.10.2025, от лица, подавшего возражение, поступили следующие дополнения к возражению:

- лицо, подавшее возражение, не оспаривает, что в спорных обозначениях начальные и конечные элементы расположены в различной последовательности.

Однако для вывода об отсутствии сходства по фонетическому признаку недостаточно поменять начальный и конечный элементы словесного обозначения. Сравниваемые товарные знаки содержат тождественные элементы «МАГНИ» и «КАРДИ», которые, наряду с конечным элементом «-л» полностью входят и в более ранний товарный знак, и в оспариваемый товарный знак - в иной последовательности. Каких-либо иных дополнительных элементов оспариваемый товарный знак не содержит. Сравниваемые обозначения состоят из совпадающих звуко сочетаний (11 совпадающих звуков из 12, при этом звук «о» в слове «Кардиомагнил» редуцируется за счет особенностей произношения безударной буквы «о» и тенденции к сокращению длинных слов при их произнесении в русском языке). При этом ударение в обоих словах падает на тождественный в обоих обозначениях звук «-и», расположенный в конце слова (конечное звуко сочетание «-ил»). Перестановка элементов слова в обратном порядке не изменяет характера обозначения, не опровергает существующее наличие совпадений словосочетаний, за счет чего обозначения ассоциируются друг с другом в целом;

- позиция правообладателя противоречит многочисленной практике Роспатента и Суда по интеллектуальным правам, который уже не раз указывал на то, что обозначения, состоящие из тождественных словесных элементов, но расположенных в противоположной последовательности, являются фонетически сходными. Так, Суд по интеллектуальным правам подтвердил решение Роспатента о признании недействительной правовой охраны товарному знаку «PGS FLY» в связи с его сходством с противопоставленными товарными знаками «flypgs» и «флайпгс» (Решение Суда по интеллектуальным правам от 20.08.2019 по делу СИП-52/2019). Аналогичный вывод Суд по интеллектуальным правам сделал о сходстве обозначений СИТИВЕТ и vet.city, указав на то, что расположение названных частей в разном порядке не исключает близкое по звучанию прочтение и восприятие, поскольку набор звуков и слогов, входящих в словесные элементы сравниваемых знаков, совпадает (Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.01.2025 №С01-2358/2024 по делу №СИП-840/2023). В Решении Суда по интеллектуальным правам от 06.02.2025 по делу №СИП-1095/2024 Суд также

пришел к выводу о сходстве обозначений «ПЕД ВИКИ» и «ВИКИПЕДИЯ» за счет наличия в них тождественных элементов, что приводит фонетическому сходству данных обозначений. Таким образом, представленные в отзыве доводы правообладателя в отношении оценки фонетического признака сравнения обозначений являются необоснованными, противоречат применимой судебной и административной практике и не опровергают доводы возражения о сходстве сравниваемых обозначений по фонетическому признаку;

- в отзыве правообладатель ошибочно указывает на то, что различная длина и структура слов сравниваемых обозначений создает иное визуальное впечатление. Как отмечено выше, сравниваемые обозначения состоят из одинаковых словесных элементов «МАГНИ» и «КАРДИ». Сходство по графическому признаку обеспечивается также за счет того, что обозначения выполнены буквами кириллического алфавита, в одну строку, содержат близкое количество букв (11 и 12), в обоих обозначениях отсутствуют какие-либо изобразительные элементы и/или оригинальный шрифт. Вопреки мнению правообладателя, разница в одну букву не способна обеспечить иное визуальное впечатление;

- несмотря на то, что потребители, действительно, проявляют более высокую внимательность при покупке лекарственных препаратов, наличие на рынке нескольких препаратов, используемых по одному назначению и совпадающих по действующему веществу, наименование которых образовано по одинаковому принципу (часть слова от названия действующего вещества + часть слова от назначения лекарственного препарата) отличающихся только их разной постановкой, очевидно, может привести к смешению спорных препаратов на рынке, поскольку потребителю будет достаточно сложно запомнить, какой из тождественных элементов находится в начале, а какой - в конце;

- противоречат фактическим обстоятельствам также и доводы правообладателя о принципиально различном общем зрительном образе лекарственных препаратов, для индивидуализации которых используются сравниваемые знаки. Наоборот, способ использования оспариваемого товарного знака правообладателем усиливает вероятность смешения за счет того, что

обозначение «МАГНИКАРДИЛ» используется для лекарственного препарата с тем же составом действующих веществ, упаковка выполнена с использованием той же комбинации цветов: синий, красный и белый, и композиционно схожа с одной из типов упаковок препарата «Кардиомагнил»;

- в отзыве правообладатель подтверждает, что обозначение «МАГНИКАРДИЛ» построено по модели «действующее вещество + назначение», где элемент «МАГНИ» вызывает ассоциации с магнием как действующим веществом, а элемент «КАРДИЛ» указывает на назначение препарата - лечение сердечных заболеваний. По такому же принципу построено и обозначение «Кардиомагнил» лица, подавшего возражение, «назначение + действующее вещество». При любом расположении элемент «КАРДИ» будет вызывать ассоциации с назначением лекарственного препарата, а именно с лечением сердечных заболеваний, а элемент «МАГНИ» вызывать ассоциации с магнием;

- приведенные в отзыве наименования лекарственных препаратов не свидетельствуют о том, что многие производители при выборе наименования выбирают подобные сочетания слов «назначение + действующее вещество», а наоборот подтверждают, что при использовании сочетания элементов, образованных от греческих слов, возможны различные варианты, несходные между собой, в частности, не обязательно выбирать комбинацию элементов по принципу «назначение + действующее вещество». К возражению были представлены сведения об иных существующих наименованиях лекарственных препаратов с МНН Ацетилсалициловая кислота+[Магния гидроксид]. Данные сведения подтверждают, что если производители и используют в наименовании элементы «кар/карди/магний», то добавляют либо иные дополнительные элементы, либо выбирают иной принцип построения обозначения;

- товарный знак «Кардиомагнил» был широко известен до даты приоритета оспариваемого товарного знака, и сохраняет свою известность на сегодняшний день. Длительность введения в гражданский оборот лекарственного препарата «Кардиомагнил», объемы продаж, наличие наград и рейтингов, исследование его в научных публикациях не могут опровергнуть имеющуюся известность препарата

«Кардиомагнил». При этом очевидно, что, если препарат «Кардиомагнил» становится победителем премии «Товар года» в 2020 году или «Народная марка» в 2021 году, это означает, что в 2019 году он уже широко был известен потребителям, поскольку потребители должны хорошо изучить товар, прежде чем выбрать его Товаром года или Народной маркой. Критика правообладателя исследования, проведенного не для целей настоящего спора много лет назад уважаемой и традиционно обладавшей высокой репутацией исследовательской организацией не подкреплена авторитетными источниками в области социологии и маркетинга и не может быть принята;

- лицо, подавшее возражение, дополнительно представляет доказательства, подтверждающие лидирующие позиции «Кардиомагнила» на рынке лекарственных средств до даты приоритета оспариваемого товарного знака: в октябре 2018 года «Кардиомагнил» занимал 9 место среди всех лекарственных брендов (вне зависимости от их назначения) по стоимостному объему продаж, в 2017 году - 5-е место, в 2016 году - 7-е место и т.д. В то время как правообладатель не представил никаких доказательств, свидетельствующих об известности оспариваемого товарного знака даже на сегодняшний день;

- социологическое исследование, проведенное ФНИСЦ РАН, верифицируемо, достоверно и соответствует применяемой в подобных спорах методологии проведения социологических исследований. Правообладатель в отзыве указывает, что представленное заключение социологической экспертизы якобы не может учитываться в качестве подтверждения фактического смешения обозначений «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» на основании доводов отзыва, подготовленного АНО «Левада-Центр». Лицо, подавшее возражение, представляет комментарии Лаборатории социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН на отзыв АНО «Левада-Центр», где подробно изложены доводы о несостоятельности изложенной критики АНО «Левада-Центр». В частности, Институт социологии ФНИСЦ РАН верно указывает, что отбор респондентов, выборка, а также поставленные перед респондентами вопросы соответствуют не только требованиям социологической науки, но и позиции Роспатента и Суда по

интеллектуальным правам в отношении методологии проведения социологических опросов, направленных на выявление мнения потребителей о сходстве до степени смешения между двумя обозначениями, а проведение Интернет-исследования позволяет на сегодняшний день получить гораздо более репрезентативную выборку, нежели уличные опросы;

- достоверность выводов, содержащихся в заключении АНО «Левада-Центр», вызывает обоснованные сомнения. Правообладатель не представил подтверждения фактического проведения опроса: нет нотариального удостоверения анкеты, выборочных подтверждений потребителей о том, что потребители действительно были опрошены и пр. То есть результаты опроса, проведенного АНО «Левада-Центр», не верифицируемы, их достоверность невозможно проверить. Вызывает сомнение адекватность выборки респондентов, среди которых был проведен опрос, так как на вопрос «Известно ли Вам лекарственное средство под данным обозначением («МАГНИКАРДИЛ»)?», 60% всех потребителей и 70% потребителей лекарственных для сердечно-сосудистых заболеваний ответили утвердительно, при этом процент всех потребителей, знающих лекарственное средство «Кардиомагнил», выше всего на 8%, а среди потребителей лекарственных средств для сердечно-сосудистых заболеваний - всего на 15%. Но согласно сервису по аналитике рынка на основании сведений о розничных покупках в 85 регионах России «продажи.рф», с 2021 по 2025 год лекарственное средство «Кардиомагнил» занимает первое место по доле рынка среди всех антикоагулянтов, а лекарственное средство «МАГНИКАРДИЛ» даже не отражается на графике, настолько мала его доля на рынке. При такой разнице в доле рынка двух препаратов разница в известности препаратов не может быть всего 8% и 15% соответственно. Следовательно, респонденты либо уже при ответе на вопрос 1 перепутали «МАГНИКАРДИЛ» с «Кардиомагнилом», и ответили, что знают «МАГНИКАРДИЛ», имея в виду «Кардиомагнил», либо выборка была сформирована таким образом, что в нее попали, в основном, лица, приобретавшие «МАГНИКАРДИЛ» и запомнившие этот препарат, и такая выборка очевидно нерепрезентативна, с учетом доли рынка обоих препаратов. Результаты опроса по

графикам №№ 3, 4 об известности потребителям назначения лекарственных препаратов «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» не имеют отношения к вопросу о сходстве до степени смешения двух обозначений, поэтому введение этих вопросов в анкету можно расценить исключительно как намерение «приучить» респондентов к различиям между двумя обозначениями и тем самым предопределить ответы на последующие вопросы. При опросе мнения потребителей о восприятии лекарственных препаратов «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» как продукции, произведенной одной или разными компаниями (график № 5), перечень ответов содержал только два варианта: одной конкретной компанией; разными, никак не связанными между собой компаниями. Однако не содержался возможный ответ потребителей: разными, но связанными между собой компаниями, который необходим для определения наличия или отсутствия смешения. Результаты графика № 7 также не могут быть приняты во внимание. Согласно Информационной справке 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 № СИП-21/15, в формулировке вопроса следует избегать явного указания на ошибочность того или иного действия потребителя, его неспособность выполнить ту или иную задачу, поскольку такие вопросы влияют на самооценку респондента. Таким образом, вопрос о том, перепутал ли бы потребитель два лекарственных препарата и купил бы вместо одного другой лекарственный препарат является неправильным вопросом, указывающим на неспособность выполнить конкретную задачу, в связи с чем не может отражать действительные результаты.

В подтверждение изложенных доводов лицом, подавшим возражение, представлены:

31. Решение Суда по интеллектуальным правам от 20.08.2019 по делу №СИП-52/2019;
32. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.01.2025 за № С01-2358/2024 по делу №СИП-840/2023;
33. Решение Суда по интеллектуальным правам от 06.02.2025 по делу №СИП-

1095/2024;

34. Выдержка из отчета DSM Group «Фармацевтический рынок России. Октябрь 2018»;
35. Выдержка из отчета DSM Group «Фармацевтический рынок России. 2017»;
36. Статья «DSM Group: аптечные продажи лекарств в 2016 году выросли на 8,8%», дата размещения в интернет-среде - 20.03.2017, сайт pharmverstnik.ru;
37. Комментарии Лаборатории социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН на отзыв АНО «Левада-Центр»;
38. Данные с сайта продажи.рф о доле рынка различных препаратов для сердечно-сосудистой системы.

В свою очередь на заседании коллегии, состоявшемся 17.11.2025, от правообладателя поступили дополнения к отзыву на возражение:

- лицо, подавшее возражение, в очередной раз безосновательно сравнивает усеченные части обозначений «МАГНИ» и «КАРДИ», что является в корне неверным. Сравнимые обозначения состоят из элементов «-кардил» и «кардио» «магни» и «-магнил» и имеют разные окончания. Данные различия влияют на восприятие обозначений в целом при соединении данных элементов в слова и производят разное впечатление. Кроме того, АО «НИЖФАРМ» в качестве доводов о сходстве спорных обозначений также приводит решения Суда по интеллектуальным правам. В указанных решениях Суд по интеллектуальным правам, действительно, указывает на сходство обозначений, состоящих из тождественных элементов, расположенных в разном порядке. Однако все приведенные решения касаются именно тождественных или фонетически тождественных элементов, составляющих слово и словосочетания («СИТИВЕТ» и «vetcity», «PGS FLY» и «flypgs»). В данном же случае сравниваемые обозначения «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» являются едиными словесными обозначениями, состоят из отличающихся элементов соответственно, представленная выше практика является не релевантной по отношению к данной ситуации. Приведённое АО «НИЖФАРМ» дело №СИП-1095/2024 также касается обозначений, содержащих одинаковые элементы «вики»,

«wiki», что не дает возможность признать решение о предоставлении правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 827772 противоречащей практике Роспатента и Суда по интеллектуальным правам. Вместе с тем нельзя сказать об однозначно сложившейся судебной практике Суда по интеллектуальным правам относительно сходства обозначений, состоящих из фонетически тождественных элементов, расположенных в разном порядке. Так, например, в своем решении Суд по интеллектуальным правам при сравнении товарных знаков со словесными элементами «Media-Star» и «Стар-Медиа», указал, что, несмотря на наличие сходных или совпадающих звуков, данные обозначения являются разными, ввиду отличного расположения звуков и букв по отношению друг к другу. Таким образом, сравниваемые обозначения не являются сходными по фонетическому признаку;

- вопреки доводам лица, подавшего возражение, сравниваемые обозначения не являются сходными по графическому признаку поскольку исполнены в разном размере («МАГНИКАРДИЛ» - исполнен заглавными буквами, «Кардиомагнил» - заглавная буква только «К»), а их общим элементом является только суффикс «-ил», расположенный в конце обоих слов. При этом сравниваемые обозначения являются словесными. При определении сходства словесных обозначений графический признак носит второстепенный характер. Довод лица, подавшего возражение, касающийся сходства упаковок, в которых реализуются препараты «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил», является безосновательным. Кроме того, как уже указывал правообладатель ранее, вывод «в настоящее время значительная доля респондентов (44%) считают, что на представленном до вопроса слайде была представлена упаковка [Кардиомагнил], в результате чего становится ясно, что упаковка [Кардиомагнил] была принята за упаковку [МАГНИКАРДИЛ]», содержащийся в заключении ФНИСЦ РАН является манипулятивным. В анкете респонденту показывали шесть упаковок лекарственных средств, а далее отдельно демонстрировалась седьмая упаковка. В случае, если респондент отмечает, что такая упаковка действительно была в числе показанных, то в анкете не предусмотрено вопроса о том, с какой именно из ранее показанных упаковок респондент перепутал упаковку. Соответственно вышеуказанный вывод является исключительно

гипотезой, а не обоснованным выводом, который следовал бы из данных исследования. Также отдельно стоит отметить, что использование в дизайне упаковок оттенков белого, синего и красного цветов, а также изображения стилизованного сердца, является распространенной для лекарственных средств с действующим веществом Ацетилсалициловая кислота+[Магния гидроксид];

- использование вариантов построения слов по принципу «действующее вещество+назначение» и «назначение+действующее вещество» не может однозначно свидетельствовать об их одинаковом семантическом восприятии потребителями. Общие элементы «КАРДИ» и «МАГНИ» не выполняют различительной функции так таковой, а также используются в названиях многих лекарственных препаратов. Семантическую же окраску придает именно их расположение в обозначении, влияющее на целостное восприятие каждого обозначения. В данном случае разное расположение элементов несет разную смысловую нагрузку: «МАГНИКАРДИЛ» - «магний для сердца» (общий эффект), а «Кардиомагнил» - «сердечный препарат с магнием» (конкретное известное лекарство). Таким образом, сравниваемые обозначения имеют разную смысловую структуру и акцент, различную морфологию и целостное восприятие потребителем. Следовательно, обозначения не вызывают у потребителя представления об одном и том же источнике происхождения товара;

- лицо, подавшее возражение, не представило убедительных доказательств известности препарата «Кардиомагнил» до даты приоритета знака (1). Что касается лекарственного препарата «МАГНИКАРДИЛ», то он был зарегистрирован в Государственном реестре лекарственных средств впервые лишь в 19.05.2021, то есть товарный знак по свидетельству №827772 был зарегистрирован до введения самого товара в гражданский оборот. Соответственно, правообладатель не может представить данные об объемах продаж препарата «МАГНИКАРДИЛ» до 2021 года;

- заключение АНО «Левада-Центр» соответствует всем требованиям, предъявляемых к опросу мнения потребителей, содержащихся в Информационной справке Суда по интеллектуальным правам. Отсутствие опросных листов не может свидетельствовать о недостоверности результатов опроса. Выборка, использованная

в исследовании АНО «Левада-Центр», была сформирована в соответствии с целями исследования и репрезентативна по ключевым признакам. Отсутствие конкретных аргументов или альтернативных данных со стороны АО «НИЖФАРМ» не позволяет считать выдвинутое им утверждение состоятельным. Исключение вопросов о назначении товаров лишило бы исследование объективности и полноты. Довод лица, подавшего возражения, о необходимости включения в вопросе о производителях препаратов «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» варианта ответа «разными, но связанными компаниями» является ошибочным. Данная формулировка является сложной для понимания. Этот вариант должен предлагаться только в случае, если для этого есть объективные основания (например, всем хорошо известный факт, освещенный в СМИ и т.д.) В противном случае - это фактически наведение респондентов на желаемый результат. АО «НИЖФАРМ» также считает, что использование в анкете в формулировке вопроса слова «перепутать» является ошибочной. Однако в данном случае она необходима, поскольку отражает критерий - «вероятность смещения», но более понятна обычным потребителям, не знакомым с юридической лексикой.

С отзывом представлены следующие дополнительные материалы:

39. Решение Суда по интеллектуальным правам от 05.10.2018 №СИП-657/2017;
40. Скриншот с сайта аптеки «Столички» с изображением препарата «Фазостабил»;
41. Скриншот с сайта маркетплейса «Яндекс маркет» с изображением препарата «Карди АСК Магний»;
42. Скриншот с сайта аптеки «36.6 интернет аптека» с изображением препарата «Тромбитал»;
43. Скриншот с сайта аптеки «Вита» с изображением препарата «Тромбостабил»;
44. Скриншот с сайта аптеки «Ригла» с изображением препарата «ТромбоМаг»;
45. Скриншот с информацией о государственной регистрации препарата

«Магникардил».

Что касается лица, подавшего возражение, то данное лицо предоставило:

46. Информационное письмо о деле рынка лекарственных препаратов «Кардиомагнил» и «МАГНИКАРДИЛ»;

47. Рецензия от 14.11.2025 на отчет, подготовленный АНО «Левада-Центр» по результатам исследования «Восприятие потребителями обозначения «МАГНИКАРДИЛ» по свидетельству №827772, в том числе на упаковке лекарственных средств и обозначения «Кардиомагнил», в том числе в ретроспективе на 04.09.2019».

На заседании коллегии 08.12.2025 правообладателем представлен отчет АНО «Левада-Центр» на рецензию от 14.11.2025 [48].

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

С учетом даты (04.09.2019) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015 за № 38572, введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила), а также Парижскую конвенцию.

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно

ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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.

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.

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.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их

реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. Лицо, подавшее возражение, является обладателем исключительных прав на знак «Кардиомагнил» по международной регистрации №898395А, который, по мнению данного лица, сходен до степени смешения с оспариваемым товарным знаком. Оценив документы и доводы, представленные лицом, подавшим возражение, коллегия усматривает заинтересованность АО «НИЖФАРМ» в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №827772 по приведенному основанию.

Оспариваемый товарный знак «МАГНИКАРДИЛ» является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 05 класса МКТУ «препараты химико-фармацевтические для лечения сердечно-сосудистых заболеваний», указанных в перечне свидетельства.

Противопоставленный знак «Кардиомагнил» (1) является словесным и выполнен стандартным шрифтом строчными буквами русского алфавита, начальная буква «К» - заглавная. Правовая охрана знаку (1) предоставлена в отношении товаров 05 класса МКТУ «pharmaceutical preparations» («фармацевтические препараты»).

Анализ оспариваемого знака на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Отнесение товаров 05 класса МКТУ «препараты химико-фармацевтические для лечения сердечно-сосудистых заболеваний» и «фармацевтические препараты»,

фигурирующих в перечнях сравниваемых товарных знаков, к одному роду продукции – фармацевтические препараты, обуславливает вывод об их однородности, что сторонами спора не опровергается.

Вместе с тем по вопросу сходства сопоставляемых товарных знаков необходимо указать на следующие обстоятельства.

Как отмечалось выше, оспариваемый и противопоставленный знаки содержат в своем составе единственные элементы - «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил», которые в первую очередь привлекают внимание потребителей, являются основными ориентирами, определяющими выбор товара и формирующими ассоциативные связи между знаком и продуктом.

Сравниваемые словесные элементы отсутствуют в словарях основных европейских языков, однако они способны вызывать близкие ассоциации, передавать схожие образы и значения. Так, с учетом того, что сопоставляемые товарные знаки зарегистрированы для фармацевтических препаратов, релевантный российский потребитель с очевидностью выделит в составе вышеупомянутых словесных элементов части «КАРД» («card») (отсылающие к назначению препаратов – «для сердца», от греческого *kardia* - сердце), а также части «МАГН» (от латинского «*magnesium*»), ориентирующие относительно действующего вещества препаратов – магния, который часто применяется при лечении сердца. С учетом изложенного, коллегия соглашается с лицом, подавшим возражение, в том, что сопоставляемые средства индивидуализации формируют одинаковые ассоциации при их восприятии. Правообладателем не оспаривается включение одинаковых формант в сравниваемые знаки, однако данное лицо ссылается на то, что в слове «МАГНИКАРДИЛ» семантический акцент смещен в сторону действующего вещества, тогда как в обозначении «Кардиомагнил» основной акцент сделан именно на назначении препарата. Проанализировав данный довод, коллегия не может согласиться с соответствующим мнением правообладателя, для потребителя сравниваемые знаки несут идентичную смысловую нагрузку (препарат для сердца, содержащий магний), при этом указание в начальных частях знаков на действующее вещество (в оспариваемом знаке) и на назначение (в

противопоставленном знаке) не меняет общее смысловое ядро, объединяющее данные знаки.

Словесные элементы «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» сопоставляемых средств индивидуализации обладают высокой степенью фонетического сходства. Сравнимые товарные знаки построены на основе чередования идентичных по звучанию частей «КАРД» («card») и «МАГН» («magn»), а также имеют одинаковую конечную часть – «ил». Более того, сравниваемые знаки построены по одному и тому же принципу, а именно их части «МАГН» («magn») и «КАРД» («card») соединены между собой буквой «и». Оспариваемый и противопоставленный ему знак характеризуются тождеством 11 букв и звуков, отличающейся является лишь одна буква «о», включенная в составе знака (1). Коллегия учла приведенные в отзыве фонетические отличия между сравниваемыми знаками, заключающиеся в различной ритмике их произношения, различных слоγοотделениях, общей длине, а также в различии первоначальных элементов, с которых начинается прочтение сравниваемых знаков. Однако коллегия полагает, что потребитель запоминает не порядок формант, а общую смысловую нагрузку, которая, как отмечалась выше, является сходной и, таким образом, перестановка упомянутых формант не приводит к выводу об отсутствии сходства знаков.

Несмотря на приведенные в отзыве визуальные отличия между оспариваемым и противопоставленным знаками, заключающиеся в исполнении словесного элемента оспариваемого знака заглавными буквами, а словесного элемента «Кардиомагнил» строчными буквами, только начальная буква заглавная, сравниваемые словесные элементы начинаются с визуально различных частей и т.д., сравниваемые товарные знаки признаются коллегией сходными графически, поскольку состоят из исполненных стандартным шрифтом буквами русского алфавита словесных элементов, большая часть графем которых совпадает.

С учетом вышеизложенного, оспариваемый и противопоставленный знак признаются в высокой степени сходными, за счет их фонетического звучания, возможности вызывать идентичные смысловые образы, а также несмотря на отдельные визуальные отличия.

Лицо, подавшее возражение, указывает на слабость элементов «МАГН», «КАРД», входящих в состав оспариваемого и противопоставленных знаков, вместе с тем именно данные элементы выполняют в них основную индивидуализирующую роль, их наличие в составе сравниваемых знаков может привести к путанице среди потребителей.

Вывод о сходстве оспариваемого и противопоставленного знаков может быть подтвержден заключением [17] по результатам социологического опроса, проведенного с 20.03.2025 по 17.04.2025 среди совершеннолетних жителей Российской Федерации – потребителей фармацевтических препаратов и лекарственных средств. В соответствии с проведенным Институтом социологии ФНИСЦ РАН исследованием, большинство респондентов (61%) в настоящее время полагают, что обозначения «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» в целом ассоциируются между собой. При этом большинство опрошенных в настоящее время полагают, что обозначения «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» сходны по звучанию (62%), смыслу (64%) и внешнему виду (52%). На дату приоритета также большинство потребителей (63%) полагали, что обозначения «МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил» в целом ассоциируются между собой. Кроме этого, на дату приоритета большинство опрошенных полагали, что спорные обозначения сходны по звучанию (65%), смыслу (66%) и внешнему виду (59%). При этом значительная доля опрошенных (45%) полагают, что в настоящее время фармацевтические препараты и лекарственные средства под спорными обозначениями производятся одним производителем или разными, но связанными между собой производителями.

Правообладателем критикуется представленное заключение, а именно указано, что был выбран неподходящий инструмент сбора данных для решения задач опроса (участникам онлайн-панели указывают на то, что не все могут получить вознаграждение за прохождение опроса, тем самым стимулируют их давать некорректные ответы, имеется специфический и узконаправленный социальный состав участников Интернет-панели и др.), отсутствует обоснование распределения выборки по географии, отсутствуют социально-демографические характеристики опрошенных, произведена неадекватная реализация отбора

респондентов в анкете, анкета содержит наводящие вопросы, произведен неадекватный подход к составлению опросного инструментария, содержится манипулятивный характер выводов и др. Критика на социологический опрос лица, подавшего возражение, содержится в отзыве, подготовленным аналитическим центром Юрия Левады [28]. Вместе с тем коллегия приняла во внимание и представленные лицом, подавшим возражение, комментарии на критику социологического опроса [37], согласно которым Интернет-панель имеет ряд преимуществ перед некоторыми другими методами офлайн-опросов потребителей (широкое проникновение Интернета и мобильного Интернета в различные слои населения, повышенная достоверность за счет отсутствия посредников, повышенное качество содержательных ответов), в связи с чем нет оснований полагать, что выборка исследования является нерепрезентативной и не может корректно представлять целевую аудиторию опроса – потребителей фармацевтических препаратов и лекарственных средств. Панель для опросов стремится наиболее полно охватить все категории потребителей, поэтому опрос проходят и курьеры, и фрилансеры, и мамы в декрете, и каждый, у кого есть 5 минут времени для дополнительного заработка. Однако панель не ограничивается только неработающими или не имеющими постоянного дохода категориями населения. При помощи таргетированной рекламы в панель отбираются представители различных социально-демографических групп. Все респонденты отбирались с помощью нескольких вопросов-фильтров, те респонденты, которые не приобретали исследуемые товары и не подходили для опроса по возрасту, не участвовали в опросе и не включались в итоговой массив данных. Массив данных прошел проверку на контроль качества, были исключены случайные и нелогичные ответы респондентов, исключены неverified респонденты, а также респонденты, не являющиеся потребителями исследуемых товаров. Что касается указания на заинтересованность давать неверные ответы с целью получения вознаграждения за прохождение исследования, то существуют четкие критерии отбора респондентов для каждого опроса панели. Приглашение для участия в опросе рассылалось случайной выборке участников панели, сформированной с вероятностью, обратно

пропорциональной количеству опросов, пройденных участником. Таким образом, часто участвующие в опросах респонденты, которые стремятся заработать, имели минимальную вероятность попадания в выборку. Кроме того, в выборку включались респонденты, в вопросе-фильтре ответившие, что они потребляли те товары, которые соответствуют тематике опроса. Текстовое указание о наличии фильтрующих вопросов призвано проинформировать респондентов о возможном исходе опроса. Интернет-панель и провайдер панели сертифицированы по ГОСТ В ИСО 20252-2014 «Исследование рынка, общественного мнения и социальных проблем. Словарь и сервисные требования» и ISO 20252:2019 «Исследование рынка, общественного мнения и социальных проблем, включая подготовку выводов по итогам обработки информации и анализ данных – Словарь и сервисные требования». Сбор данных проведен в соответствии с требованием российских и международных профессиональных стандартов качества и нормативных документов. В исследовании использовалась детерминированная многоступенчатая целевая выборка, важность случайности выбора отражена в Справке Суда по интеллектуальным правам¹. При проведении исследования выборкой были охвачены 209 населенных пунктов в 77 регионах Российской Федерации. Отбор населенных пунктов для опроса был основан на принципе максимизации географического разброса. В критике отмечено отсутствие в исследовании социально-демографических характеристик опрошенных. Однако, соответствующие характеристики приведены в заключении в виде графиков (таблица графики 2-6, таблицы 7-21). Отбор респондентов для прохождения опроса проводился по двум критериям: возраст респондента и факт приобретения определенных товаров 05 класса МКТУ, что сопоставимо с целевой группой исследования. Отбор респондентов сформирован в соответствии с рекомендациями, изложенными в справке Суда по интеллектуальным правам и обоснован в заключении. В критике указано, что завышенной частотой покупки товаров разработчики исследования ограничивали попадание в выборку непосредственно потребителей препаратов,

¹ Информационная справка о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков. Утверждена постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 № СП-21/15 (далее – справка Суда по интеллектуальным правам)

изображение упаковок которых тестировались в исследовании, вместе с тем перед задачами исследования не стояло задачи отобрать конкретных потребителей препаратов, изображения упаковок которых тестировались в исследовании. В отношении критики о наводящих вопросах установлено следующее. Вопросы анкеты опираются на положения нормативных правовых актов, не содержат в себе однозначного указания на какой-либо вариант ответа, в каждом из вопросов, где это необходимо по смыслу, есть альтернатива, предусматривающая равнозначность предложенных вариантов ответа. Что касается формулировок вопросов в анкете, то используемые в анкете термины поясняются респондентам в ходе опроса.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия приходит к выводу о том, что, несмотря на отдельные недостатки исследования [17], данный опрос отражает мнение релевантной группы потребителей относительно сходства сравниваемых товарных знаков. Представленные возражения, отражающие недостатки исследования [17], не порочат его выводов.

Вместе с тем социологический опрос правообладателя [29], напротив, имеет существенные недостатки, которые не позволяют признать сделанные в нем выводы объективными и валидными. В представленном отчете отсутствует полное и исчерпывающее описание программы проведенного исследования. Не указано, как и с помощью какой интернет-панели было проведено исследование, как обрабатывались данные, как проводилась операционализация эмпирических индикаторов. В методическом описании отсутствует указание способа верификации полученных данных. Меры, которые применялись для контроля качества массива (стр. 8-9 отчета), не являются исчерпывающими, не описано, был ли контроль логики ответов, как реализовывалась проверка ответов на исключение прохождения опроса ботами. В отчете говорится о том, что опрос проводился в городах Российской Федерации с населением 500 тысяч человек и более, что означает смещение выборки в сторону жителей крупных городов и никак не репрезентирует мнение лиц, проживающих в городах с низкой численностью населения. Порядок вопросов анкеты носит манипулятивный характер. Изначально задаются вопросы на известность и назначение лекарственных средств под обозначениями

«МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил». Данные вопросы никак не относятся к теме сходства до степени смешения товарных знаков, но изначально настраивают участников опроса, что это 2 разных лекарственных препарата. Причем сначала были заданы вопросы про «МАГНИКАРДИЛ». Непосредственно вопросы о возможности перепутать обозначения (вопрос 10), а также упаковки лекарственных средств (вопрос 16) и соответствующие вопросы в ретроспективном блоке, задаются практически в конце каждого блока сравниваемых пар, когда у потребителей сформировалось понимание об их отличиях. Анкета была разделена на 2 блока вопросов, на настоящее время и на ретроспективную дату «на 2019 год, до 4 сентября 2019 года». Если бы сначала были заданы ретроспективные вопросы, то это могло бы обеспечить охват большего количества потребителей и получение более надежных данных. Представленное исследование содержит и иные недостатки, отраженные в рецензии [47].

Правообладателем представлен отчет [48] на рецензию [47], согласно которому все указанные недочеты являются необоснованными. Согласно отчету [48], наличие в программе исследования определения используемых понятий (операционализация) – это не более чем личное пожелание автора критики, трактовка теоретических концептов, перечисление индикаторов используется в большинстве случаев исключительно в студенческих работах. Проанализировав данные комментарии, коллегия не может с ними согласиться, поскольку характер Интернет-панели напрямую влияет на репрезентативность. Панель может быть узкоспециализированной, иметь систематические смещения. Без этих данных результаты не могут быть распространены на всю потребительскую среду в отношении товара. Что касается операционализации, то она является основой для проверки валидности инструмента измерения. Без информации о методике исследования его результаты непроверяемы и невоспроизводимы, что противоречит базовым принципам научного исследования, используемого как доказательство. Отсутствие перечисленных пунктов не позволяет в достаточно полной степени установить исследовательскую программу и определить эмпирические показатели, выборку, исследовательский инструментарий. Согласно критике, автор выдает свои

пожелания к деталям за недостатки опроса, исследование было проведено на сертифицированной Интернет-панели, которая ведется в соответствии со стандартами ESOMAR и ISO 20252, надежность и качество собранных данных подтверждается соответствием опроса профессиональным стандартам. Правообладатель указал, что применялись некие "общепринятые процедуры контроля". Однако простое перечисление их названий (удаление респондентов, которые быстро заполняют анкеты, использование cookie-защиты) без предоставления конкретных параметров и пороговых значений, примененных в данном конкретном исследовании, не позволяет оценить насколько эффективно эти процедуры были реализованы и как они повлияли на итоговый массив данных. Поскольку отсутствует информация об Интернет-панели, нет возможности проверить достоверность и качество проведения опроса: не были ли искажены обозначения, сколько времени показывались изображения респондентам и т.д. Согласно отчету [48], о смещении выборки в пользу жителей крупных городов речь идти не может – выборка в полной мере репрезентирует указанную в отчете генеральную совокупность (структура выборки по географическому признаку в полной мере соответствует доле проживающих совершеннолетних жителей городов, включенных в выборку). Вместе с тем, по мнению коллегии, это ограничивает представительность результатов для всей страны, так как мнение жителей крупных городов может значительно отличаться от мнения населения в других местах. В соответствии с отчетом [48], вопросы об известности препаратов «Кардиомагнил» и «МАГНИКАРДИЛ» задавались по каждому обозначению отдельно. Таким образом, респонденты увидели данные обозначения вместе (на одном экране) как раз в вопросе на сходство в целом. Однако, с точки зрения коллегии, это не отменяет того, что предшествующие вопросы сформировали у респондентов устойчивый контекст восприятия. К концу опроса респондент уже получил и обработал информацию о том, что это два разных препарата («МАГНИКАРДИЛ» и «Кардиомагнил»). Последовательность вопросов свидетельствует о том, что психологически респондент уже воспринимает их как отдельные объекты. Правильная методика исследования сходства до степени смешения требует, чтобы

первое совместное предъявление сравниваемых обозначений происходило в нейтральных условиях, без предварительной наводящей информации. Это необходимо для имитации ситуации выбора на полке или в аптеке. В отчете критикуется комментарий о том, что «задав ретроспективный блок в начале опроса можно было бы охватить большее количество потребителей», при этом в отчете указано, что факт потребления товара в какой-либо период времени не зависит от того, каким по счету в анкете задают вопрос потребителю - респондент либо покупал соответствующие товары либо нет, порядок содержательных вопросов не оказывает влияния на отборочные вопросы, так как вопросы отбора это целая система фильтров и переходов, с помощью которых из опроса исключаются те, кто не входил в целевую аудиторию исследования. Коллегия полагает, что это верно лишь отчасти на уровне конкретного респондента. Но на уровне дизайна исследования порядок абсолютно критичен. Цель ретроспективного среза - смоделировать ситуацию на 2019 год, максимально очистив восприятие респондента от знаний 2024 года. Для достижения этой цели ретроспективный блок должен был быть задан первым, до любых вопросов о текущем состоянии рынка, известности и сходстве знаков на сегодня. Только так можно было минимизировать влияние последующей информации на воспоминания. Поставив его в конец, исследователи загрязнили ретроспективные данные актуальными знаниями, что делает их недостоверными для оценки ситуации в 2019 году.

Зафиксированные методические и методологические несоответствия оказывают значимое влияние на итоговые результаты исследования [29]. Отсутствие подробной программы исследования с четким определением объектов исследования, неточности в построении выборки и формулировке вопросов анкеты, ограниченный набор способов контроля качества сбора данных - все это ставит под сомнение репрезентативность и релевантность данных, представленных в отчете правообладателя. Принимая во внимание изложенное, можно сделать вывод о том, что представленное исследование [29] не является точным, надежным и не может быть признано корректным и достоверным решением поставленных задач и целей исследования. В связи с изложенным, опрос [29] не может быть положен в

подтверждение доводов правообладателя.

Обобщая всю вышеизложенную информацию, коллегия приходит к выводу о высокой степени сходства оспариваемого и противопоставленного знака (1), а также о высокой степени однородности товаров 05 класса МКТУ сопоставляемых регистраций, что может привести к высокой вероятности смешения данных товаров, маркированных сравниваемыми обозначениями, в гражданском обороте. Выводы о сходстве знаков подтверждаются социологическим опросом [17].

Существуют обстоятельства, повышающие опасность смешения оспариваемого и противопоставленного (1) знаков. К указанным обстоятельствам относится серия знаков (1-4), объединенных элементом «КАРДИОМАГНИЛ» и принадлежащих АО «Нижегородский химико-фармацевтический завод». Кроме того, коллегия приняла во внимание и материалы об активном введении в гражданский оборот товаров лица, подавшего возражение. Соответствующие препараты начали реализовываться АО «Нижфарм» с 2007 года. По результатам исследования «Мониторинг назначений врачей» (5), проведенного ООО «Ипсос Комкон» в 16 городах России (осень 2014 - 2 квартал 2020) среди терапевтов, включая врачей общей практики, лекарственный препарат «Кардиомагнил» является самым назначаемым препаратом ацетилсалициловой кислоты для сердца в России. Указанный препарат был признан победителем премии «Товар года - 2020» в номинации «Препараты, влияющие на кровотечение и кровь» (6), лауреатом премии «Народная марка - 2021» в номинации «Сердечно-сосудистый препарат» (7), лидером в номинации «Лучший безрецептурный препарат 2024 года» по данным рейтинга влиятельности «Фармацевтический вестник» (8). Лицом, подавшим возражение, представлены распечатки информации из сети Интернет, согласно которым каждая позиция препарата «Кардиомагнил» продается в 1507 аптеках Москвы и Московской области сети аптек «ГОРЗДРАВ» (9), в 663 сети аптек «Планета здоровья» (10), в 346 сети аптек «36,6» (11). Согласно справке (12), количество продаж препарата «Кардиомагнил» в аптеках очень высоко. Препарат «Кардиомагнил» с 2013 года регулярно входил в перечень лекарственных препаратов, по результатам экспертизы качества которых Федеральной службой по

надзору в сфере здравоохранения устанавливалось соответствие требованиям нормативной документации. Препарат «Кардиомагнил» можно встретить в научных исследованиях (см. данные «Google Академия»). Лекарственный препарат «Кардиомагнил» занял 11 строчку в топ-20 брендов по стоимостному объёму продаж в 2020 и 2021 гг. согласно исследованию DSM (13-14). В подтверждение известности лицом, подавшим возражение, представлены сведения, подтверждающие лидирующие позиции товаров под обозначением «Кардиомагнил»: в октябре 2018 года препарат «Кардиомагнил» занимал 9 место среди всех лекарственных брендов по стоимостному объёму продаж [34], в 2017 году - 5 место [35], в 2016 году - 7 место [36]. Совокупность представленных сведений свидетельствует о высокой степени известности и узнаваемости товаров лица, подавшего возражение, маркированных обозначением «Кардиомагнил» на рынке Российской Федерации, которая возникла в период до даты приоритета оспариваемого знака и не утрачена на момент рассмотрения возражения. Изложенные обстоятельства усиливают вероятность смешения сравниваемых знаков в гражданском обороте Российской Федерации.

Обобщая вышеизложенное, оспариваемый знак не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса в рамках его сходства со знаком по международной регистрации №898395А в отношении товаров 05 класса МКТУ.

На имя руководителя Роспатента 10.12.2025 поступило обращение от правообладателя, содержащее просьбу направить возражение на повторное рассмотрение в ином составе коллегии. В упомянутом документе указывается следующее:

- рассмотрение возражения осуществлялось в течение длительного периода времени и включало шесть заседаний, которые неоднократно откладывались в связи с предоставлением сторонами спора дополнительных материалов, при этом на каждом заседании (за исключением заседаний 17.11.2025 и 08.12.2025) менялся состав коллегии, а также председательствующий. Согласно пункту 37 Правил ППС при замене члена коллегии рассмотрение спора начинается сначала. Вместе с тем участники заседания не были уведомлены о том, продолжается ли рассмотрение

возражения новым составом коллегии или рассмотрение возражения началось заново. При указанных обстоятельствах отсутствуют основания полагать, что все члены коллегии, принимавшие окончательное решение, были надлежащим образом ознакомлены со всем объемом материалов дела, представленных сторонами в ходе предыдущих заседаний. Это имеет существенное значение, поскольку объем документов неоднократно дополнялся и изменялся, а представленные сторонами документы подлежали обязательному исследованию при принятии решения по существу спора;

- заседания коллегии от 17.11.2025 и 01.12.2025 были отложены по ходатайству лица, подавшего возражение, в связи с тем, что ему необходимо было представить в материалы дела документ, который, по его мнению, будет иметь существенное значение при рассмотрении дела. При этом коллегией были заданы соответствующие вопросы, которые относились к существу спора, то есть рассмотрение спора на упомянутых заседаниях продолжалось, а не начиналось с начала, что не согласуется с положениями Правил ППС;

- вместо сходства обозначений обсуждались вопросы, связанные со статусом подписанта социологического опроса и его ученой степени;

- постоянное изменение состава коллегии привело к необоснованному выводу и необъективному решению.

В отношении приведенных доводов коллегия отмечает следующее. Длительное рассмотрение спора было связано с долгим сбором лицом, подавшим возражение, и правообладателем материалов, подтверждающих доводы данных лиц. Каждое заседание коллегии переносилось по ходатайству стороны спора, в связи с необходимостью предоставления дополнительных доводов или документов.

Что касается изменения состава коллегии, то он был обусловлен участием предыдущих участников коллегии в иных заседаниях, при этом следует отметить, что изменение состава коллегии допускается Правилами ППС. Замена председательствующего была связана с нахождением Низовой А.А. на больничном с 27.11.2025 по 03.12.2025.

В отношении ссылки правообладателя на пункт 37 Правил ППС следует

отметить, что упомянутая норма касается ситуации, при которой происходит отвод члена коллегии по ходатайству стороны спора, при этом АО «АВВА РУС» соответствующих ходатайств не заявляло, в связи с чем ссылка на данный пункт Правил ППС является нерелевантной. Отсутствие уведомления о том, продолжается ли рассмотрение возражения новым составом коллегии или рассмотрение возражения началось заново после переноса заседания, не предусмотрено Правилами ППС.

Довод АО «АВВА РУС» об отсутствии обсуждения вопроса сходства обозначений не соответствует действительности. На заседании коллегии, состоявшемся 08.12.2025, коллегией внимательно были заслушаны доводы сторон о наличии / отсутствии сходства знаков, анализу были подвергнуты все имеющиеся в деле материалы.

Мнение правообладателя о том, что члены коллегии недостаточно знакомы со всеми материалами дела, является субъективным и не обосновано.

Относительно аргумента правообладателя о влиянии частых изменений в составе коллегии на справедливость решения, важно подчеркнуть следующее. Рассмотрение возражения по существу состоялось 08.12.2025, причем весь состав материалов и представленные сторонами аргументы внимательно изучались каждым членом коллегии. Правообладатель и лицо, подавшее возражение, полностью воспользовались своим правом на изложение позиции на итоговом заседании перед окончательным составом коллегии.

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

удовлетворить возражение, поступившее 21.04.2025, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №827772 недействительным полностью.