

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520, рассмотрела поступившее 03.09.2019 возражение компании Wolf Oil Corporation N.V., Бельгия (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 541527, при этом установила следующее.

Товарный знак по свидетельству № 541527 был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 07.05.2015 по заявке № 2013734912 с приоритетом от 10.10.2013 в отношении товаров 01, 03 и 04 классов МКТУ на имя компании UAB «SCT Lubricants», Литва.


На основании договора, зарегистрированного в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности 23.11.2016, об отчуждении исключительного права на данный товарный знак его правообладателем стала компания SCT Lubricants Limited, Кипр.

На основании договора, зарегистрированного в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности 19.10.2018, об отчуждении исключительного права на указанный товарный знак его правообладателем стала компания Sudheimer Car Technik Vertriebs GmbH, Германия (далее – правообладатель).

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака было зарегистрировано словесное обозначение «**СHEMPIOIL**», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

В поступившем 03.09.2019 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение о том, что оспариваемая регистрация товарного знака была произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- 1) лицо, подавшее возражение, является владельцем словесных товарных знаков по свидетельствам №№ 337058 («**Чемпион**»), 422728 («**CHAMPION**») и комбинированного знака  по международной регистрации № 1059799, охраняемых на территории Российской Федерации в отношении товаров 01, 03 и 04 классов МКТУ и имеющих более ранние приоритеты;
- 2) оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения в отношении однородных товаров 01, 03 и 04 классов МКТУ с противопоставленными товарными знаками по свидетельствам №№ 337058, 422728 и со знаком по международной регистрации № 1059799, принадлежащими лицу, подавшему возражение;
- 3) оспариваемый товарный знак способен ввести в заблуждение потребителя относительно изготовителя товаров в силу наличия у него сходства с противопоставленными знаками и наличия высокой различительной способности и широкой известности на российском рынке у этих противопоставленных знаков;
- 4) оспариваемый товарный знак противоречит общественным интересам ввиду того, что действия правообладателя, связанные с регистрацией товарного знака, являются актом недобросовестной конкуренции.

На основании изложенного в возражении лицо, подавшее возражение, просило признать предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку недействительным полностью.

К возражению были приложены, в частности, копии следующих документов: распечатки сведений из сети Интернет о лице, подавшем возражение, и его

продукции [1]; каталог продукции лица, подавшего возражение [2]; сведения из словарей и справочников [3]; заключение специалистов-лингвистов [4]; заявление лица, подавшего возражение, об объемах поставок им продукции в Россию [5]; счета на поставку продукции лица, подавшего возражение [6]; сертификаты соответствия на продукцию лица, подавшего возражение [7]; письмо об участии продукции лица, подавшего возражение, в выставках [8]; публикации в сети Интернет информации о продукции лица, подавшего возражение [9]; социологический отчет Фонда «ВЦИОМ» по результатам опроса потребителей [10].

Правообладателем, уведомленным в установленном порядке о поступившем возражении, корреспонденцией, поступившей 19.02.2020, был представлен на него отзыв, доводы которого сводятся к следующему:

- 1) решением Суда по интеллектуальным правам от 11.12.2018 по делу № СИП-171/2016, оставленным в силе постановлением Суда по интеллектуальным правам от 01.04.2019 по тому же делу, оспариваемый товарный знак не был признан сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками в отношении однородных товаров;
- 2) представленные в материалах возражения документы никак не свидетельствуют о наличии у противопоставленных товарных знаков лица, подавшего возражение, высокой различительной способности и широкой известности на российском рынке и о наличии у оспариваемого товарного знака способности ввести в заблуждение потребителя относительно изготовителя товаров;
- 3) в материалах возражения отсутствуют какие-либо документы, которые подтверждали бы утверждение лица, подавшего возражение, о наличии в действиях правообладателя, связанных с регистрацией товарного знака, признаков недобросовестной конкуренции.

На основании изложенного в отзыве правообладатель просил отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану оспариваемого товарного знака.

К отзыву правообладателем были приложены, в частности, копии следующих документов: судебные акты [11]; социологический отчет Лаборатории социологической экспертизы Института социологии РАН по результатам опроса потребителей [12]; рецензии на представленные в материалах возражения заключение специалистов-лингвистов и социологический отчет Фонда «ВЦИОМ» [13].

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

С учетом даты приоритета оспариваемого товарного знака (10.10.2013) правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003 № 32, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, рег. № 4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее – Правила).

В соответствии с абзацем 1 и подпунктом 2 пункта 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 14.4.2 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 14.4.2.2 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы. Сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим

(визуальным) и смысловым (семантическим) и определяется на основании признаков, перечисленных в подпунктах (а) – (в) настоящего пункта.

Признаки, перечисленные в подпунктах (а) – (в) настоящего пункта, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункт 14.4.2.2 (г) Правил).


В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

Оспариваемый товарный знак представляет собой выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита словесное обозначение «**СHEMPIOIL**».

Данное словесное обозначение выполнено слитно без пробелов с использованием одинакового шрифта заглавными буквами одного и того же (латинского) алфавита одинакового размера и одного и того же (черного) цвета, то есть является единым (неделимым) фантазийным словом, которое не обнаруживается в словарях и, следовательно, в целом не имеет никакого определенного смыслового значения.

Правовая охрана оспариваемому товарному знаку была предоставлена с приоритетом от 10.10.2013 в отношении товаров 01, 03 и 04 классов МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 422728 с приоритетом от 12.05.2010 представляет собой словесное обозначение «**СHAMPION**», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

Противопоставленный знак по международной регистрации № 1059799 с конвенционным приоритетом от 24.06.2010 представляет собой комбинированное обозначение  , доминирующее положение в котором занимает выполненный шрифтом, близким к стандартному, буквами латинского алфавита словесный элемент «**СHAMPION**», поскольку данный словесный элемент

запоминается легче, чем графический элемент в виде изображения прямоугольника, играющего второстепенную роль в знаке, а именно в качестве фона для указанного словесного элемента.

Слово «**CHAMPION**» в переводе с английского языка означает «чемпион, завоевавший первое место; победитель, получивший первый приз» (см. Интернет-портал «Яндекс: Словари / АBBYY Lingvo Live»).

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 337058 с приоритетом от 29.08.2006 представляет собой словесное обозначение «**Чемпион**», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

Вышеуказанные противопоставленные товарные знаки охраняются на территории Российской Федерации на имя лица, подавшего возражение, в отношении товаров 01, 03 и 04 классов МКТУ.

Выводы по результатам сопоставительного анализа оспариваемого товарного знака с вышеуказанными противопоставленными товарными знаками лица, подавшего возражение, уже приведены в решении Суда по интеллектуальным правам от 11.12.2018 по делу № СИП-171/2016, оставленном в силе постановлением Суда по интеллектуальным правам от 01.04.2019 по тому же делу, которые ввиду данного обстоятельства, совершенно очевидно, имеют преюдициальное значение при рассмотрении настоящего возражения, и данные товарные знаки, следовательно, не подлежат повторному сравнительному анализу по установленным законодательством соответствующим фонетическим, графическим и семантическим критериям сходства сравниваемых обозначений.

Так, из решения Суда по интеллектуальным правам от 11.12.2018 по делу № СИП-171/2016, в частности, следует, что сравниваемые словесные элементы фонетически состоят из трех слогов, два из которых, совпадая по звучанию, имеют разные гласные буквы Е и А. Вместе с тем, сравниваемые слова ввиду отличия последнего слога, состоящего в оспариваемом обозначении из трех букв (две гласных и одна согласная), а в противопоставленных – из двух букв (одна гласная и одна согласная), имеют разную фонетическую длину, состоят из разного количества букв (9, 8 и 7 соответственно) и имеют разный состав гласных и

согласных, а также разный по количеству (8 и 7 соответственно) и произношению состав звуков. При этом значительное отличие оспариваемого товарного знака от противопоставленных товарных знаков придает конечная часть оспариваемого товарного знака [ойл], поскольку полностью отсутствует тождество или сходство звучания конечных частей ([он] и [ойл]). За счет данного отличия сравниваемые обозначения при их произношении и восприятии на слух не ассоциируются друг с другом, фонетическое сходство до степени смешения сравниваемых обозначений отсутствует.

Кроме того, судом отмечено, что обозначение «СНЕМРІОІЛ» может иметь и иные прочтения с учетом правил иных распространенных языков, как например: «хэмпиойль», «кэмпиойл», «кемпиойл», исключая сходство и начальных частей сравниваемых обозначений.

В свою очередь, по семантическому критерию сходство сравниваемых обозначений суд также не усмотрел, так как оспариваемый товарный знак является искусственно созданным словесным обозначением, то есть не является лексической единицей какого-либо языка, а, следовательно, не имеет семантической нагрузки. При этом с учетом разных первых гласных Е и А довод лица, подавшего возражение, об одинаковом корне «ЧЕМП / СНЕМР», в наибольшей степени выражающем смысловое значение, а также об образовании его от слова «CHAMPION», суд счел не обоснованным.

Вместе с тем, судом было указано, что сочетание последних трех букв оспариваемого товарного знака «OIL» в переводе с английского языка на русский означает «масло, нефть» и может порождать у потребителей дополнительные соответствующие ассоциации при восприятии ими оспариваемого товарного знака в целом. Изложенное по мнению суда свидетельствует о существенном отличии оспариваемого обозначения по семантическому критерию от противопоставленных товарных знаков, которые имеют совсем иное семантическое значение.

Так, обозначение «CHAMPION» является лексической единицей английского языка, в переводе с которого означает «чемпион», в свою очередь, обозначение

«Чемпион» является лексической единицей русского языка. Данные слова имеют значение «завоевавший первое место; победитель, получивший первый приз». Этот смысл словесного элемента хорошо знаком и понятен российскому потребителю.

С учетом этого судом отмечено, что оспариваемый товарный знак может быть воспринят потребителем в значении, связанном с маслом, нефтью, а противопоставленные товарные знаки – с чемпионом, лицом, победившим в соревнованиях.

К тому же, судом также не исключается и того, что оспариваемое обозначение может быть образовано путем соединения элементов трех слов: «СНЕМ» – сокр. от англ. chemistry (химия), «PI» – сокр. от англ. pioneer (пионер) и «OIL» – от англ. (масло) («пионер в производстве химии и масел»).

Таким образом, суд пришел к выводу, что в сравниваемые обозначения заложены разные понятия и идеи, что свидетельствует об отсутствии семантического сходства между ними.

При сравнении оспариваемого товарного знака с противопоставленными товарными знаками по графическому критерию судом было отмечено, что все обозначения выполнены одинаковым (стандартным или близким к нему) шрифтом. При этом стандартный шрифт без наличия каких-либо характерных особенностей свидетельствует об исполнении сравниваемых товарных знаков обычным способом, свойственным множеству обозначений, не имеющим каких-либо запоминающихся отличий.

Так, товарные знаки «СНЕМPIOIL» и «СНАМPION» выполнены заглавными буквами латинского алфавита черного цвета, за исключением комбинированного товарного знака по международной регистрации № 1059799, в котором легко запоминающийся доминирующий словесный элемент «СНАМPION» выполнен белым цветом. Начальные буквы «С» и «Н», а также «М», «Р», «I», «O» совпадают.

В то же время изобразительный элемент комбинированного товарного знака по международной регистрации № 1059799 представляет собой ярко красный

прямоугольник с закругленными углами, служащий фоном, и несколько ослабляет его сходство по графическому критерию с оспариваемым товарным знаком.

При таких обстоятельствах суд полагает, что по графическому критерию товарные знаки «СHEMPIOIL» и «СHАMPION» сходны, что, однако, с учетом отсутствия фонетического и семантического сходства не имеет определяющего значения при сравнительном анализе товарных знаков в целом.

В свою очередь, товарный знак «Чемпион», в отличие от названных обозначений, выполнен буквами кириллицы черного цвета, первая буква – заглавная, остальные – строчные, что формирует по мнению суда иное зрительное впечатление от восприятия этого обозначения.

Принимая во внимание присущие сравниваемым товарным знакам звуковые, графические и смысловые характеристики, общее зрительное впечатление от обозначений в целом, суд пришел к выводу о том, что они не являются сходными.

При этом судом были также приняты во внимание и представленные в материалы дела решения иностранных судов. Так, в частности, решением суда (девятая палата) от 05.10.2017 по делу С-437/16 по кассационной жалобе компании Wolf Oil Corporation NV, то есть лица, подавшего возражение, на решение Трибунала Европейского союза от 01.06.2016 по ее иску к компании SCT Lubricants Limited, то есть к правопродшественнику правообладателя, установлено, что обозначение «СHАMPION» имеет ясное и определенное значение, а обозначение «СHEMPIOIL» не имеет такого значения и имеет полностью отличное значение, потребитель может четко различить указанные знаки, несмотря на их визуальное и фонетическое сходство; решением Пятой Апелляционной Коллегии от 31.10.2014 по делу № Р 1596/2-13-5 установлено, что вероятность смешения товарных знаков отсутствует.

В судебном акте было также указано, что товары, в отношении которых зарегистрированы противопоставляемые обозначения, являются однородными, но они, вместе с тем, относятся к товарам производственно-технического назначения, что обуславливает особенности их оборота и снижает вероятность

смещения. Это обусловлено тем фактом, что релевантная группа потребителей в данном случае – технические специалисты по обслуживанию транспортных средств, автолюбители, которые проявляют большее внимание к продукции и производителю, осведомлены о сосуществовании на рынке продукции под противопоставляемыми товарными знаками, приобретение и пользование рассматриваемыми товарами осуществляется ими обдуманно, внимательно, без склонности к импульсивности.

Кроме того, суд оценил еще и различительную способность сравниваемых товарных знаков и не усмотрел наличия у противопоставленных товарных знаков лица, подавшего возражение, высокой различительной способности на территории Российской Федерации и узнаваемости у российских потребителей.

Судом в порядке, предусмотренном статьей 66 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, было удовлетворено ходатайство лица, подавшего возражение, об истребовании доказательств, и в адрес Федеральной таможенной службы России был направлен судебный запрос с просьбой предоставить сведения о ввозимых товарах, в том числе об отправителе, получателе, наименовании товаров (с указанием товарных знаков, которыми маркирован ввозимый товар, если такие имеются), объемах и количестве ввозимых товаров, по следующим таможенным декларациям: за 2012 год: 10009020/011012/0018567; за 2013 год: 10226050/260413/0015877; 10009020/240913/0020249; 10009020/240913/0020254; 10009020/240913/0020246; 10009020/260913/0020485; 10009020/260913/0020489; 10009020/260913/0020490.

Согласно поступившему в Суд по интеллектуальным правам 05.12.2017 ответу Федеральной таможенной службы России на судебный запрос на территорию Российской Федерации в октябре 2012 года были ввезены товары (моторные масла, ручки автоматические шариковые, футболки мужские, костюмы мужские рабочие, жилеты мужские), маркированные товарным знаком «CHAMPION», общим весом 18 791 кг, из них моторные масла производства компании «Wolf Oil Corporation NV» весом 18 724 кг, дата выпуска товара 01.10.2012, получатель товара – общество с ограниченной ответственностью

«ХАЙ-ЛАЙН ЛУБРИКАНТС» (ИНН 7701869433); в сентябре 2013 года были ввезены товары (моторные масла, антифриз, стикеры, (наклейки) из винила самоклеящиеся, флаги для промо акций, металлический стенд для демонстрации продукции, рекламные материалы промо-брошюра, детали строительные, разделительное масло для смазки форм бетона), маркированные товарным знаком «CHAMPION», общим весом 129 019 кг, из них моторные масла и антифриз производства компании «Wolf Oil Corporation NV» весом 116 922 кг, дата выпуска товара 25.09.2013 и 26.09.2013, получатель товара – общество с ограниченной ответственностью «ХАЙ-ЛАЙН ЛУБРИКАНТС» (ИНН 7701869433).

Исследовав и оценив истребованные документы, суд пришел к выводу, что товары, маркированные противопоставленными товарными знаками «CHAMPION» компании Wolf Oil Corporation NV, то есть лица, подавшего возражение, собственно, не имели большой доли рынка в Российской Федерации, не были узнаваемы среди российских потребителей и в результате использования на российском рынке в период до даты приоритета оспариваемого товарного знака (10.10.2013) эти обозначения не приобрели достаточной различительной способности в отношении моторных масел и смазочных материалов среди релевантного круга потребителей.

Так, судом было отмечено, что товар (моторные масла, антифриз) в 2012 году был поставлен на территорию Российской Федерации не в значительных объемах. При этом в октябре 2012 года была поставлена партия моторных масел весом лишь 18 724 кг, что явно является недостаточным для интенсивного использования обозначения, характеризующегося высоким уровнем узнаваемости.

Партия же моторных масел и антифриза весом в 116 922 кг, которую можно было признать более значительной, была выпущена, как следует из сведений, предоставленных Федеральной таможенной службой России, только 25.09.2013 и 26.09.2013, то есть между датой выпуска указанных товаров таможенным органом (оформления документов) и датой приоритета оспариваемого товарного знака прошло лишь 15 календарных дней. Суд счел данный период времени

непродолжительным, объективно недостаточным для длительного и интенсивного использования противопоставленных товарных знаков, которое могло бы привести к их узнаваемости потребителями и приобретению этими товарными знаками высокой различительной способности.

Кроме того, суд отметил, что заявителем в материалы дела не были представлены документы, которые свидетельствовали бы о доведении ввезенных товаров до потребителей способом, позволяющим довести до сведения потребителя информацию о таком товаре, включая индивидуализирующий его товарный знак, об их реализации, затратах на рекламу, о широте географического распространения.

Таким образом, суд пришел к выводу о том, что сведения о ввозе на территорию Российской Федерации в октябре 2012 года и сентябре 2013 года моторных масел и антифриза, произведенных компанией «Wolf Oil Corporation NV», то есть лицом, подавшим возражение, не подтверждают приобретения противопоставленными товарными знаками «CHAMPION» высокой различительной способности до даты приоритета оспариваемого товарного знака.

К тому же, в данном судебном акте судом уже был исследован и оценен еще и социологический отчет Фонда «ВЦИОМ» по результатам опроса потребителей [10], представленный в материалах настоящего возражения. Так, суд обратил внимание на то, что этот отчет отражает мнение потребителей только лишь по состоянию на 2016 год, то есть на момент проведения опросов, и не является ретроспективным, при том что значение для настоящего спора имеет возможность смешения противопоставляемых товарных знаков потребителями именно на дату приоритета оспариваемого товарного знака (10.10.2013).

Ввиду данного обстоятельства суд указал на неотносимость таких доказательств к настоящему делу, посчитав, что в данном случае вышеуказанный факт имеет существенное значение в связи со спецификой товаров, для которых предоставлена правовая охрана сравнимым товарным знакам, так как потребителями их могут быть только взрослые, то есть лица, достигшее 18 лет. В то же время, согласно описательной части социологического отчета в опросе

принимали участие лица от 18 лет и старше, то есть часть опрошенных по состоянию на дату приоритета оспариваемого товарного знака, и уж тем более «старших» товарных знаков, еще не достигла совершеннолетия. Однако в отчете не содержится сведений о количестве респондентов, которые по состоянию на дату приоритета спорного товарного знака были взрослыми (то есть достигли возраста 18 лет) покупателями масла для автомобилей (именно так определена целевая группа) и, следовательно, на эту дату были потребителями соответствующих товаров.

Представленное в материалах настоящего возражения заключение специалистов-лингвистов [4] также уже было отклонено судом, поскольку в нем содержится только лишь лингвистический анализ сравниваемых товарных знаков, в то время как для решения вопроса о сходстве до степени смешения противопоставленных товарных знаков этого явно недостаточно. При этом суд указал, что вопрос сходства является вопросом факта, и данное лингвистическое заключение может оцениваться только в совокупности с иными доказательствами по делу, причем это заключение представляет собой всего лишь мнение специалистов в области лингвистики, в то время как сходство до степени смешения сравниваемых обозначений должно оцениваться с точки зрения потребителя, не обладающего познаниями в области лингвистики, и с учетом ряда иных вышеперечисленных критериев. Лингвистическое заключение отражает только лишь мнение частных лиц.

В этой связи судом было также отмечено, что все представленные лицами, участвующими в деле, социологические отчеты и лингвистические заключения по вопросам оценки сравниваемых обозначений содержат противоположные выводы – те, что представлены лицом, подавшим возражение, свидетельствуют в пользу его доводов, а те, что представлены правообладателем, – в пользу доводов правообладателя.

Таким образом, в вышеуказанных представленных документах суд усмотрел существенные пороки, и при решении вопроса о сходстве до степени смешения сравниваемых товарных знаков суд указал на необходимость исходить из

изложенного выше проведенного судом анализа с позиции среднего осведомленного потребителя, а упомянутые социологические отчеты и лингвистические заключения рассматривать, как не имеющие решающего значения по существу рассматриваемого спора.

К тому же, суд отметил, что они являются, собственно, неотносимыми и недопустимыми, так как не были представлены вместе с ранее поданным возражением.

Так, в постановлении Суда по интеллектуальным права от 01.04.2019 по тому же делу было указано, в частности, на возможность представить в Роспатент эти и иные новые документы, меняющие мотивы ранее поданного возражения, уже в рамках нового возражения, что и было сделано лицом, подавшим возражение.

Однако, все вышеприведенные выводы суда вполне применимы к ним и в рамках рассмотрения настоящего возражения, так как представленным лицом, подавшим возражение, определенным результатам социологического опроса, проведенного Фондом «ВЦИОМ» [10], были противопоставлены правообладателем абсолютно противоположные им результаты социологического опроса, проведенного Лабораторией социологической экспертизы Института социологии РАН [12], а на мнение частных лиц, изложенное в заключении специалистов-лингвистов [4], – негативные ему мнения иных частных лиц, изложенные в рецензиях [13], что также порочит их и не позволяет принимать их во внимание в качестве самостоятельных, имеющих решающее значение, доказательств.

Что касается иных документов, представленных в материалах настоящего возражения, то следует отметить, что все они также никак не опровергают вышеприведенные выводы суда относительно отсутствия у противопоставленных товарных знаков лица, подавшего возражение, высокой различительной способности на территории Российской Федерации и широкой их известности российскому потребителю до даты приоритета оспариваемого товарного знака.

Так, распечатки общих сведений из сети Интернет о лице, подавшем возражение, и его продукции [1] и каталог его продукции [2] никак

не свидетельствуют о наличии самих фактов введения им этой продукции в гражданский оборот на территории Российской Федерации до даты приоритета оспариваемого товарного знака, тем более в тех или иных существенных объемах, а заявление лица, подавшего возражение, об объемах поставок им продукции в Россию [5] носит исключительно декларативный и бездоказательный характер и никак не подтверждается какими-либо иными документами.

Не были представлены, например, и какие-либо российские таможенные декларации, которые свидетельствовали бы о самих фактах пересечения соответствующими товарами государственной границы Российской Федерации, в то время как вовсе не подтвержденные какими-либо платежными документами счета на поставку продукции [6] и сертификаты соответствия на продукцию [7] даже не имеют никакого отношения, собственно, к территории России.

Письмо об участии продукции лица, подавшего возражение, в выставках [8] само по себе никак не позволяет прийти к выводу о том, что эта продукция действительно получила какую-то широкую известность в России благодаря этим выставкам, поскольку отсутствует информация об уровне их посещаемости специалистами и/или потребителями и о проведении на них каких-либо определенных мероприятий рекламно-информационного характера и т.д., а отдельные публикации в сети Интернет информации о продукции лица, подавшего возражение [9], сами по себе не свидетельствуют о проведении на территории России какой-либо широкой рекламной кампании в федеральных средствах массовой информации.

Изложенные выше выводы суда об отсутствии сходства у сравниваемых товарных знаков и отсутствие в материалах настоящего возражения каких-либо новых документов, которыми могли бы быть опровергнуты эти выводы суда, например, доказывающих наличие у противопоставленных товарных знаков крайне высокой различительной способности в Российской Федерации и широкой их известности российским потребителям, обуславливают вывод коллегии о том, что отсутствует принципиальная возможность возникновения у российского потребителя представления о принадлежности соответствующих однородных

товаров 01, 03 и 04 классов МКТУ, для индивидуализации которых предназначены эти знаки, одному производителю.

Таким образом, у коллегии не имеется никаких оснований для признания оспариваемого товарного знака сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками в отношении однородных товаров, то есть не соответствующим требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В свою очередь, отсутствие у сравниваемых товарных знаков сходства и отсутствие в материалах возражения каких-либо бесспорных доказательств восприятия российскими потребителями оспариваемого товарного знака в качестве обозначения, принадлежащего именно лицу, подавшему возражение, а вовсе не правообладателю, позволяют коллегии прийти к выводу также и об отсутствии каких-либо оснований для признания данного товарного знака способным ввести в заблуждение потребителя относительно изготовителя соответствующих товаров, то есть не соответствующим требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения о противоречии оспариваемого товарного знака общественным интересам по своему существу сводятся только лишь к тому, что действия правообладателя, связанные с регистрацией данного товарного знака, являются актом недобросовестной конкуренции.

Однако данное утверждение не было подтверждено какими-либо документами, которые обязательно исходили бы от того или иного компетентного (антимонопольного или судебного) органа. В этой связи необходимо отметить, что установление наличия фактов недобросовестной конкуренции или злоупотребления правом не относится к компетенции Роспатента.

Напротив, в упомянутом выше решении Суда по интеллектуальным правам от 11.12.2018 по делу № СИП-171/2016, в частности, было отмечено, что не могут быть признаны недобросовестными действия компании UAB SCT Lubricants, то есть правопродшественника правообладателя, поскольку даже если она и знала о существовании серии товарных знаков «CHAMPION» / «Чемпион» до подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака, судом установлено

отсутствие сходства до степени смешения у сравниваемых товарных знаков, в том числе с учетом отсутствия высокой различительной способности у «старших» товарных знаков лица, подавшего возражение, на дату приоритета оспариваемого товарного знака. При этом лицо, подавшее возражение, не доказало, что умысел указанного лица был направлен на заведомо недобросовестное осуществление прав, а также что единственной его целью было причинение вреда другому лицу или отсутствие иных добросовестных целей.

Таким образом, у коллегии не имеется никаких оснований для признания оспариваемого товарного знака противоречащим общественным интересам, то есть не соответствующим и требованиям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 03.09.2019, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 541527.