

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), рассмотрела возражение, поступившее 27.06.2022, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ЯНДЕКС», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020726981 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2020726981, поданной 28.05.2020, испрашивается на имя заявителя в отношении товаров 09, 16, услуг 35, 38, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено обозначение: **Яндекс Билеты** в цветовом сочетании: «красный, черный».

Роспатентом 28.02.2022 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2020726981 в отношении части товаров 09, 16, услуг 35, 38, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в перечне. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено следующее:

- входящий в его состав словесный элемент "Билеты" (билет - документ небольшого формата, выдаваемый в удостоверение определенного права, см. Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/747466>) является неохраняемым для части товаров 09 класса МКТУ, части товаров 16 класса

МКТУ, части услуг 35 класса МКТУ, части услуг 38 класса МКТУ, части услуг 39 класса МКТУ, части услуг 41 класса МКТУ, части услуг 42 класса МКТУ, части услуг 45 класса МКТУ;

- словесный элемент "БИЛЕТЫ" имеет конкретное семантическое значение, содержащееся в общедоступных словарях, справочниках, сети Интернет и указывает на вид и назначение товаров и услуг, в связи с чем, не обладает различительной способностью;

- в отношении остальных товаров 09, 16, услуг 35, 38, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ регистрация заявленного обозначения может явиться причиной введения потребителя в заблуждение относительно вида и назначения товаров и услуг на основании положений, предусмотренных пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса, поскольку будет способно вводить потребителя в заблуждение относительно вида, свойств, назначения товаров и услуг;

- словесные элементы "ЯНДЕКС" и "БИЛЕТЫ", в силу своего композиционного исполнения (написание слов разного размера и цвета), не образуют единого словосочетания;

- представленные дополнительные материалы не являются достаточными для признания того, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в результате длительного интенсивного использования до даты подачи заявки в отношении конкретных товаров и услуг, указанных в заявке, и его ассоциативности только с товарами и услугами заявителя. Так, заявителем не были представлены сведения об объемах затрат на рекламу, длительности и интенсивности рекламы товаров или услуг, маркируемых заявленным обозначением, сведения о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе маркированных им товаров или исполнителе услуг, при оказании которых размещается заявленное обозначение, включая результаты социологических опросов, и т.п.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 27.06.2022 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 28.02.2022.

Доводы возражения, поступившего 27.06.2022, сводятся к следующему:

- заявленное обозначение изначально обладает различительной способностью в силу оригинального фантазийного характера;
- заявленное обозначение воспринимается в качестве конкретной комбинации, обладающей различительной способностью;
- заявленное обозначение состоит из двух нейтральных лексических единиц, значение которых следующее: «Яндекс» - фантазийный элемент, лежащий в основе фирменного наименования заявителя и серии его товарных знаков. Слово «Билет» - документ небольшого формата, выдаваемый в удостоверение определенного права; письменный вид или свидетельство на право жительства, производства, торговли или ремесла; карточка, дающая право на вход куда-нибудь или на получение чего-либо; печатное или письменное приглашение на свадьбу, бал и т.п.; кредитный билет – денежный знак, утвержденный правительством;
- словесный элемент «Билеты» обладает несколькими значениями, которые являются фантазийными по отношению к заявленным товарам и услугам и не характеризуют их. Заявитель обращает внимание, что возможно различное восприятие потребителями заявленного обозначения исходя из контекста, наиболее часто используемого значения, а также с учетом мнения потребителей;
- заявленное обозначение представляет собой единую семантическую и лексическую конструкцию (в том числе, в силу единства его графического исполнения), в которой элемент «Яндекс» указывает на заявителя, а элемент «Билеты» - на вид сервиса компании;
- заявленное обозначение образует словосочетание, в котором слово «Яндекс» представляет собой родовое понятие, а «Билеты», будучи зависимым словом, является его характеристикой, в связи с чем, деление слов в заявленном обозначении является необоснованным;
- смысл заявленного обозначения – «сервис Яндекса, представляющий доступ к информации для организаторов, площадок, операторов и спорта»;
- словесный элемент «Билеты» прямо не указывает на качество, вид и свойства заявленных товаров и услуг. В целом для понимания семантики заявленного обозначения требуется домысливание и дополнительные рассуждения, ассоциации;

- заявленное обозначение представляет собой словосочетание, которое является композицией, обладающей различительной способностью, поскольку элементы, его составляющие, формируют уникальное обозначение, позволяющее индивидуализировать товары, отличать их от товаров иных производителей;

- обозначение «Яндекс» используется для индивидуализации своих многочисленных сервисов, название каждого из которых строится по одинаковому принципу: «Яндекс

+ слово, идентифицирующее сервис». Например, товарные знаки: **Яндекс** Карты по

свидетельству № 782403, приоритет от 06.05.2020, **Яндекс** Директ по свидетельству

№ 769085, приоритет от 26.02.2020, **Яндекс** Еда по свидетельству № 724231,

Яндекс Деньги

приоритет от 17.06.2019, по свидетельству № 460117, приоритет

от 15.06.2011 и т.д. Обозначения «Яндекс» были признаны общеизвестными товарными знаками за №№ 165, 72, 164. Также заявитель является правообладателем серии товарных знаков, в основе которых лежит обозначение «Яндекс» (свидетельства №№ 173152, 225163, 208835, 208836 и т.д.);

- поисковая система «Яндекс» является четвёртой среди поисковых систем мира по количеству обрабатываемых поисковых запросов (свыше 6,3 млрд. в месяц на начало 2014 года). По состоянию на сентябрь 2018 года, согласно рейтингу Alexa.com, сайт yandex.ru по популярности занимает 21-е место в мире и 1-е - в России;

- в Российской Федерации поисковая доля составляет 57,27 %. Сервисами и мобильными приложениями Яндекса пользуются 90,4 % аудитории Интернета в российских городах с населением от 100 тысяч человек. Совокупное посещение потребителями только нескольких сервисов Яндекса из 60 составляет более 230 миллионов человек. Очевидно, что потребителям хорошо известен принцип наименования сервисов Яндекса, и они воспринимают их названия «Яндекс + слово» исключительно в качестве фантазийного названия;

- словесный элемент «Яндекс» расположен первым в заявленном обозначении и именно на нем в первую очередь фиксируется внимание потребителя;

- элементы заявленного обозначения очевидно взаимосвязаны между собой как по

смыслу, так и грамматически;

- заявленное обозначение приобрело различительную способность в результате его использования. Заявленное обозначение – это сервис, предоставляющий доступ к информации для организаторов, площадок, операторов и спорта, при этом начал работу в 2018 году;

- «Яндекс Билеты» - внутренняя платформа Яндекса для владельцев коммерческих и бюджетных площадок, организаторов развлекательных и спортивных мероприятий, а также партнеров-операторов. Этой системой пользуются более 100 организаторов мероприятий. При этом, сервис осуществляет деятельность в первую очередь посредством сети Интернет;

- заявителем представлены сведения о длительном и интенсивном использовании заявленного обозначения, в том числе объемы реализации продукции, сведения о территориальном охвате, сведения о сувенирной продукции, о количестве проданных билетов, о степени информированности потребителей (размер поисковой выдачи информации об обозначении в сети Интернет) и т.п.;

- исходя из судебной практики, двухлетний период использования может быть достаточным для подтверждения приобретения различительной способности заявленным обозначением;

- в отношении указания в представленных документах ООО «Яндекс.Медиасервисы» заявитель сообщает, что данное юридическое лицо входит в группу компаний «Yandex N.V.», в которую также входит и заявитель;

- заявителем приведены сведения о регистрации товарных знаков, включающих словесный элемент «Билет»: «» по свидетельству № 621770,



«» по свидетельству № 774410, «» по свидетельству

№ 571966, «» по свидетельству № 774523 и т.д.;

- предполагаемая ложная ассоциация обозначения в отношении конкретных товаров и услуг, не обладающая признаками правдоподобности, сама по себе придает

обозначению фантазийный характер;

- в заключении по результатам экспертизы не указано, каким образом применение заявленного обозначения к товарам и услугам, не имеющим прямого отношения к деятельности заявителя, приведет к однозначной дезориентации потребителя в отношении товара или услуги, или сможет ввести потребителя в заблуждение в отношении их назначения;
- регистрируя заявленное обозначение для части заявленных товаров и услуг со ссылкой на пункт 1 статьи 1483 Кодекса, экспертиза отказывает в регистрации для однородных товаров со ссылкой на пункт 3 (1) статьи 1483 Кодекса, не приводя при этом указания на способность обозначения ввести потребителя в заблуждение;
- в случае применения в отношении ограниченного перечня товаров и услуг требований пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса заявитель просит обосновать применения данного пункта к каждому товару и услуге.

В подтверждение своих доводов заявителем к материалам дела приложены:

- информация из словарей – [1];
- таблица товарных знаков Яндекс – [2];
- информация о проектах Яндекс – [3];
- информация об известности компании «Яндекс» – [4];
- информация о сервисе «Яндекс Билеты» – [5];
- благодарственные письма – [6];
- данные о территории охвата – [7];
- данные об объеме реализации - количестве проданных билетов – [8];
- данные об объеме реализации - обороте денежных средств – [9];
- данные о продвижении товара – [10];
- данные поисковой выдачи – [11];
- данные о группе компаний «YANDEX NV» – [12].

На основании изложенного в возражении, поступившем 27.06.2022, содержится просьба об изменении решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в отношении указанного в возражении ограниченного перечня товаров 09, 16 и услуг 35, 38, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ без исключения из охраны словесного элемента «Билеты».

Изучив материалы дела, и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 27.06.2022, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (28.05.2020) заявки № 2020726981 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с подпунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;
- 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные

буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;
- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;
- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

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

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение **Яндекс Билеты** представляет собой комбинированное обозначение, выполненное оригинальным шрифтом буквами русского алфавита в одну строку. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении перечня товаров 09, 16 и услуг 35, 38, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ, указанных в возражении, в цветовом сочетании: «красный, черный».

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

В составе заявленного обозначения элемент «Билеты» выполнен иным шрифтом и цветом по сравнению с элементом «Яндекс» (буква «Я» выполнена красным цветом), то есть расположен отдельно и семантически не связан с доминирующим по восприятию элементом «Яндекс», при этом не образует с ним устойчивого словосочетания, поскольку такого устойчивого понятия как «Яндекс Билеты» не существует.

Элемент «Билеты» заявленного обозначения представляет собой множественное число от слова «билет», которое имеет следующие словарные значения:

- (фр. billet, от средневекового billetus - записка, письмо, свидетельство; удостоверение) - документ, удостоверяющий наличие некоего права у какого-либо определённого лица или у предъявителя билета. Действие билета может распространяться на конкретное время или не иметь сроков;
- документ, удостоверяющий право пользования чем-л. (обычно за плату) (например, проездной билет); документ, удостоверяющий принадлежность к какой-либо организации, партии, отношение к каким-либо обязанностям (например, партийный билет, комсомольский билет, военный билет); устар. бумажный денежный знак (казначейский билет); листок с указанием вопросов, на которые должен ответить экзаменующийся.

См. электронные словари: <https://kartaslov.ru/значение-слова/билет>, электронная энциклопедия «Википедия».

Следовательно, словесный элемент «Билеты» заявленного обозначения будет в первую очередь ассоциироваться у потребителей ввиду своего лексического значения с документом, удостоверяющим право пользования чем-либо, либо принадлежность к чему-либо.

Таким образом, словесный элемент «Билеты» заявленного обозначения является неохраняемым элементом в соответствии с пунктом 1 (3) статьи 1483 Кодекса в отношении части заявленных товаров и услуг, так как прямо, без домысливания характеризует их, указывая ввиду своего смыслового значения на:

- вид товаров 09 класса МКТУ *«электронные кодированные билеты»*, поскольку данная позиция включает билеты, а также на назначение, свойства товаров 09 класса МКТУ *«автоматы для продажи билетов; карточки идентификационные*

магнитные; ключ-карты закодированные; носители информации магнитные; принтеры билетные; сканеры [оборудование для обработки данных]; устройства считывающие [оборудование для обработки данных]; устройства, считывающие штриховые коды; электронные карточки, удостоверения», поскольку они могут быть связаны с билетами;

- на вид товаров 16 класса МКТУ *«билеты»*, свойства и назначение товаров 16 класса МКТУ *«бланки; издания печатные; купоны печатные; листовки; продукция печатная; флаеры»*, поскольку они могут быть связаны с билетами;

- на назначение услуг 41 класса МКТУ *«бронирование билетов на зрелищные мероприятия; услуги по распространению билетов [развлечение]»*, непосредственно связанных с билетами.

В отношении документов, представленных заявителем в обоснование приобретенной различительной способности заявленного обозначения со словесным элементом «Билеты», коллегия отмечает следующее.

Распечатка из Интернет-словаря Академик [1] касается смыслового значения слова «билет» как документа небольшого формата, выдаваемого в удостоверение определенного права, а также карточки, свидетельства и т.д. При этом какого-либо домысливания у потребителя не возникнет, основное смысловое значение данного словарного слова в качестве документа, удостоверяющего что-либо, очевидно.

Таблица товарных знаков Яндекса [2] представляет собой перечень товарных знаков заявителя и сама по себе не может свидетельствовать о приобретенной различительной способности заявленного обозначения.

Материалы [3,4] представляют собой распечатки из сети Интернет, содержащие сведения о проектах Яндекса и поисковых системах в России, сведения о заявителе из энциклопедии «Википедия», отчеты «Media Scope» об исследовании аудитории Интернета в России. При этом, данные документы не содержат сведений о фактическом использовании заявленного обозначения в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака, в отношении вышеуказанных заявленных товаров и услуг.

Информация о сервисе «Яндекс Билеты» [5], датированная до даты подачи заявки, содержит сведения об использовании иных обозначений «Яндекс.Билеты»,

выполненных буквами стандартного шрифта и в разном цветовом сочетании (черные буквы, бирюзово-черные буквы), отличающихся от заявленного, поэтому не может служить в качестве надлежащего доказательства.

Благодарственные письма [6] от физических и юридических лиц содержат сведения о том, что сервис «Яндекс.Билеты» используется на протяжении последних 2-3 лет. Вместе с тем, не представляется возможным оценить, в каком виде использовалось заявленное обозначение, географический охват распространения билетов, на какие мероприятия билеты предоставлялись и реализовывались конечному потребителю. При этом сведения о продажах билетов носят в письмах декларативный характер и не подтверждены финансовыми документами.

Данные о территории охвата [7] представлены за период 11.01.2018-28.05.2020 с учетом пользования в 147 городах. При этом, невозможно оценить в каком виде использовалось заявленное обозначение, какое количество потребителей приобретало билеты в упомянутых городах и на какие именно мероприятия продавались билеты. При этом охват всего в 147 городов не может свидетельствовать об интенсивном использовании заявленного обозначения на территории Российской Федерации.

Данные об объеме реализации [8], обороты денежных средств [9] заверены самим заявителем, при этом определить в каком виде фактически использовалось обозначение, не представляется возможным. Так, в представленных справках [8,9] обозначение выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита: «ЯНДЕКС БИЛЕТЫ». Кроме того, количество проданных билетов через одноименный сервис в сентябре 2019 г. составило 253514 билетов, а в мае 2020 – 2583 билета. Оборот денежных средств за покупку билетов через технологию сервиса «Яндекс Билеты» в сентябре 2019 г. составило 426 668 500 рублей, а за май 2020 – 5 343 650. Указанные данные по количеству проданных билетов и оборотам денежных средств за покупку свидетельствуют о снижении продаж билетов за указанный период, а также об уменьшении оборота денежных средств за проданные билеты, что снижает уровень узнаваемости и известности сервиса «Яндекс Билеты».

Из данных о продвижении товаров [11], датированных 2018-2020 гг., не усматривается длительность и интенсивность рекламной деятельности заявителя, а

также неизвестно, где именно распространялась сувенирная продукция (шапки, пакеты, футболки, шарфы и т.п.).

Из размера поисковой выдачи по запросу «Яндекс Билеты» [11] не представляется возможным оценить фактическое использование заявленного обозначения.

Документы [12] касаются структуры собственника и выписки из ЕГРЮЛ.

Таким образом, из представленных доказательств не усматривается, что элемент «Билеты» заявленного обозначения приобрел различительную способность до даты подачи заявки в отношении испрашиваемых товаров и услуг.

Документов, свидетельствующих о длительном и интенсивном использовании заявленного обозначения, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, результатов социологических опросов, в материалах дела не имеется.

Необходимо различать обозначения описательные и обозначения, вызывающие в сознании потребителя представление о производимых товарах через ассоциации. Последним может быть предоставлена правовая охрана. В том случае, когда для того, чтобы сформулировать описательную характеристику товара (услуги) или характеристику сведений об изготовителе, нужны дополнительные рассуждения, домысливания, ассоциации, можно признать, что анализируемый элемент не является описательным.

Таким образом, в отношении остальных товаров 09 класса МКТУ *«диски звукозаписи; доски интерактивные электронные; доски объявлений электронные; звуковые интерфейсы; значки настроения, загружаемые для мобильных телефонов; интерфейсы для компьютеров; книги электронные; книжки записные электронные; кошельки электронные загружаемые; магниты; магниты декоративные; маски защитные; медиаплееры портативные; механизмы для автоматов с предварительной оплатой; мониторы [программы для компьютеров]; ноты электронные, загружаемые; обеспечение программное для компьютеров; паспорта электронные; платформы программные, записанные или загружаемые; подпись цифровая; помощники цифровые персональные [ПЦП]; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; программы для компьютеров; программы игровые для компьютеров, загружаемые; программы*

игровые для компьютеров, записанные; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для компьютеров; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые; публикации электронные загружаемые; средства обучения аудиовизуальные; терминалы интерактивные сенсорные; устройства для обработки информации; файлы звуковые, загружаемые для звонков мобильных телефонов; файлы изображений загружаемые; файлы музыкальные загружаемые; фильмы мультипликационные; флэш-накопители USB; элементы графические, загружаемые для мобильных телефонов; эмодзи, загружаемые для мобильных телефонов», части товаров 16 класса МКТУ «афиши; баннеры бумажные; бейджи именные [офисные принадлежности]; блокноты; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; вывески бумажные или картонные; газеты; доски, щиты для объявлений бумажные или картонные; журналы [издания периодические]; издания периодические; календари; картинки; каталоги; книги; материалы графические печатные; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; пакетики бумажные; плакаты; проспекты; расписания печатные; табло из бумаги или картона для объявлений; этикетки из бумаги или картона», всех услуг 35, 38, 39, 42, 45 классов МКТУ, другой части услуг 41 класса МКТУ «видеосъемка; выпуск музыкальной продукции; издание книг; кинопрокат; киностудии; макетирование публикаций, за исключением рекламных; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация лотерей; организация показов мод в развлекательных целях; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передачи развлекательные телевизионные; предоставление видео файлов онлайн,

незагружаемых; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление услуг кинозалов; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; представление цирковых спектаклей; представления варьете; представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные, производство фильмов, за исключением рекламных; прокат видеофильмов; прокат звукозаписей; прокат кинофильмов; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; развлечение гостей; развлечения; редактирование текстов; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; составление программ встреч [развлечение]; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги образовательно-воспитательные; шоу-программы; информация о развлечениях или образовании, предоставляемая в онлайн-режиме посредством компьютерных баз данных или Интернета, или беспроводных электронных коммуникационных устройств; предоставление развлекательной информации посредством веб-сайтов; предоставление информации, обзоров и рекомендаций в отношении фильмов и телевизионных шоу посредством веб-сайтов и услуг передачи "видео по запросу"; предоставление информации, новостей и комментариев, обзоров в сфере развлечений», указанных в перечне, словесный элемент «Билеты» заявленного обозначения не носит описательного характера и не способен прямо указывать на какие-либо характеристики данных товаров и услуг, является фантазийным, что не позволяет применить к нему требования пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Кроме того, коллегией учтено, что заявленное обозначение включает словесный элемент

«Яндекс», который влияет на уровень его запоминаемости в целом и придает ему дополнительную индивидуализирующую нагрузку.

Доводы заявителя в отношении существующей практики регистрации товарных знаков со словесным элементом «билет» не приводят к иным выводам коллегии. Делопроизводство по каждой заявке ведется независимо с учетом всех обстоятельств дела. Кроме того, приведенные примеры товарных знаков содержат дополнительные отличия, выражающиеся в наличии иных словесных, изобразительных элементов, в написании обозначений слитно, что в целом влияет на их существо.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить возражение, поступившее 27.06.2022, изменить решение Роспатента от 28.02.2022 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2020726981.