

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

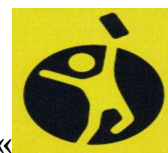
Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки 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 28.05.2024, поданное Акционерным обществом «Технологическая компания «Центр», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023703864 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

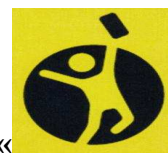
Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2023703864, поданной 24.01.2023, испрашивается на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено цветовое обозначение «» в цветовом сочетании: «желтый (PANTONE 102)».

Роспатентом 07.02.2024 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023703864 в отношении всех услуг 35 класса МКТУ. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Заключение по результатам экспертизы мотивировано следующим:

- заявленное обозначение представляет собой отдельное изображение желтого цвета, которое не обладает различительной способностью, так как цвет - это характеристика определенного объекта, а не сам объект, он используется для исполнения знака в избранном цветовом сочетании, которое учитывается при экспертизе знака наряду с его внешним видом;
- доказательство приобретения заявленным обозначением различительной способности должно относиться к каждой услуге. Товарный знак может быть зарегистрирован в отношении тех товаров и/или услуг, для которых доказана приобретенная различительная способность;
- экспертиза сообщает, что не может признать их достаточными для доказательства приобретения заявленным обозначением различительной способности, так как: часть представленных материалов содержит информацию о компании заявителя, а не об услугах, маркированных заявленным обозначением; часть представленных материалов маркирована обозначением, отличным от заявленного обозначения, то есть на них представлены иные изобразительные и словесные элементы, представляющие собой ранее зарегистрированные на имя заявителя товарные знаки



(например, изобразительный элемент товарного знака № 699603 («»), словесный товарный знак по свидетельству № 772266 («**СТОЛОТО**»), комбинированный товарный знак со словесным элементом «СТОЛОТО» № 640566



(«»)), которые в сочетании друг с другом могут идентифицировать заявленные услуги заявителя; представленных материалов в целом недостаточно для установления факта приобретения заявленным обозначением различительной способности в результате его длительного и интенсивного использования.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 28.05.2024 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 07.02.2024.

Доводы возражения, поступившего 28.05.2024, а также последующих дополнений к нему сводятся к следующему:

- заявителем приводится практика по регистрации цветowych товарных знаков (например, свидетельства №№ 310048, 556088, 560852 и т.д.)
- заявитель не оспаривает вывод экспертизы об отсутствии у заявленного обозначения первичной различительной способности. Однако, заявленное обозначение приобрело различительную способность в отношении оказываемых заявителем услуг 35 класса МКТУ в результате его интенсивного использования;
- заявитель считает, что приведенные в ответе на уведомление факты и прилагаемые к нему доказательства позволяют сделать следующие выводы. С 2015 г. по настоящее время в результате интенсивного и монопольного использования заявленного обозначения (Pantone 102) для оказываемых АО «ТК «Центр» (или под его контролем) услуг по распространению лотерей у российских потребителей лотерей сформировалась однозначная ассоциация этого цвета с заявителем и оказываемыми им соответствующими услугами. При этом произошла абсолютная идентификация обозначения (Pantone 102) в информационном пространстве, связанном с распространением лотерей, исключительно с АО «ТК «Центр» и оказываемыми им соответствующими услугами. Обозначение (Pantone 102) в отношении заявленных услуг АО «ТК «Центр» приобрело различительную способность, имеет устойчивую ассоциацию с заявителем, и, следовательно, до даты подачи заявки № 2023703864 фактически уже выполняло функцию товарного знака. Данные выводы подтверждаются результатами социологического исследования;
- в возражении представлены листы записи ЕГРЮЛ в отношении заявителя и операторов лотерей, распоряжения Правительства Российской Федерации, выписки из договоров АО «ТК «Центр», уведомления о постановке на учет в налоговом органе АО «ТК «Центр» в качестве крупнейшего налогоплательщика, копии приказов, справок, писем операторов лотерей и т.д. Документы свидетельствуют о масштабе осуществляемой заявителем деятельности, а также об особенностях российского лотерейного рынка;

- заявленное обозначение используется при оформлении мест оказания заявленных услуг следующими способами: в специализированных точках продаж лотерей, распространяемых АО «ТК «Центр» (а именно, отдельно стоящих специализированных торговых павильонов, киосков, островных конструкций, стоек), в неспециализированных точках продаж лотерей, распространяемых АО «ТК «Центр» (а именно, в отделениях Почты России, в сетевых продовольственных ритейлах, на АЗС). Заявленное обозначение используется в торговом оборудовании (а именно, холдерах (диспенсерах) для организации выкладки лотерейных билетов), а также в рекламно-информационных материалах;
- заявленное обозначение (Pantone 102) присутствует во всех представленных заявителем материалах;
- законодательство не содержит ограничений по совместному использованию нескольких товарных знаков или несколько обозначений;
- заявленное обозначение используется совместно с различными другими товарными знаками заявителя, операторами лотерей (АО «ГСЛ» и ООО «Спортлото»), федеральным сетям, распространяющим лотереи по договору с АО «ТК «Центр»;
- заявитель использует товарные знаки операторов лотерей (АО «ГСЛ» и ООО «Спортлото») на основании лицензионных договоров, а также размещает товарные знаки федеральных сетей – распространителей лотерей с их согласия;
- даже при совместном использовании заявленного обозначения (Pantone 102) со словесными элементами (например, на вывесках) потребители сначала воспринимают именно заявленное обозначение;
- заявитель представляет скрины стоп-кадров из рекламных видеороликов, в которых присутствуют изображения специализированных точек продаж в заявленном цвете;
- заявитель организует создание рекламно-информационных видеороликов о жизни победителей лотерей, выигравших крупные суммы (от 500 тыс. руб.), после получения выигрыша (проект «Жизнь после выигрыша»). Ролики транслируются в еженедельной телепрограмме «У нас выигрывают!» на федеральном телеканале НТВ, на каналах АО «ТК «Центр» на www.youtube.com;

- с 2016 г. по настоящее время было разработано несколько версий «Руководств по использованию элементов фирменного стиля «СТОЛОТО» (брендбуков)» и «Руководств по оформлению розничных торговых точек (ритейлбуков)», в которых в качестве фирменного цвета был указан цвет (желтый цвет);
- для учета всех дизайн-макетов рекламных носителей с комбинациями элементов фирменного стиля «Столото», как указанных в брендбуках и ритейлбуках, так и иных, используемых заявителем на основании служебного задания № 01/01082022 от 01.08.2022, был создан каталог (реестр) дизайн-макетов рекламных носителей с комбинациями элементов фирменного стиля «Столото»;
- АО «ГСП» и ООО «Спортлото» предоставили справки с указанием адресов всех точек продаж, распространяющих лотереи соответствующего оператора под контролем заявителя с соблюдением его единого фирменного стиля (включая фирменный цвет PANTONE 102) за 2015 - 2022 гг. В отношении каждой точки продаж указан ее адрес, наименование распространителя - субагента, заключившего договор с АО «ТК «Центр», федеральный округ Российской Федерации и субъект Российской Федерации;
- в каждом розыгрыше лотерей принимают участие только лотерейные ставки, электронные билеты, зарегистрированные на соответствующий тираж в Центре обработки лотерейной информации. В Центре обработки лотерейной информации операторов хранится полная и достоверная информация о всех точках продаж лотерей, в том числе информация о ее адресе. Анализ представленных ООО «Спортлото» и АО «ГСП» данных показывает, что в 2015 - 2022 гг. под контролем АО "ТК "Центр" с соблюдением его единого фирменного стиля (включая фирменный цвет PANTONE 102) лотереи распространялись в 85 субъектах Российской Федерации;
- лотерейные билеты не являются обычным бытовым товаром (см. ФЗ № 138-ФЗ «О лотереях»). Деятельностью по распространению лотерейных билетов, то есть по приему и учету лотерейной ставки в лотерейной системе, могут заниматься только лица, включенные в перечень операторов лотерей и распространителей, осуществляющих деятельность по проведению лотерей в соответствии с ФЗ от

11.11.2003 г. № 138-ФЗ "О лотереях" (далее - Перечень операторов и распространителей лотерей). Перечень операторов и распространителей лотерей ведется ФНС РФ с октября 2018 г. и доступен на ее официальном сайте по ссылке. Заявитель включен в Перечень операторов и распространителей лотерей 02.10.2018 г.;

- анализ всего Перечня операторов и распространителей лотерей показывает, что с даты начала ведения указанного перечня (02.10.2018 г.) до даты подачи заявки № 2023703864 (24.01.2023) в него было внесено 3456 записи о распространителях лотерей;
- с 01.06.2013 г. по настоящее время заявитель является единственным распространителем, заключившим прямые договоры о распространении лотерей с операторами лотерей АО «ГСП» и ООО «Спортлото»;
- согласно договорам об оказании услуг по распространению лотерейных билетов агент-субраспространитель (распространитель) за вознаграждение оказывает заявителю услуги по распространению лотерейных билетов, т.е. осуществляет фактические и юридические действия по приему лотерейных ставок от участников лотерей (покупателей лотерейных билетов) и выдаче им лотерейных билетов;
- агент-субраспространитель лотерейных билетов (квитанций) в специализированных точках продаж обязан обеспечить использование оборудования, предоставляемого заявителем, и оформление точек продаж с использованием рекламного оборудования и в строгом соответствии с требованиями актуального «Руководства по оформлению розничных торговых точек»;
- агент-субраспространитель лотерейных билетов (квитанций) в федеральных и региональных сетях оформляет точки распространения лотерейных билетов, используя оборудование, предоставляемое ему заявителем по накладным;
- при покупке лотерейного билета участнику лотереи (покупателю) выдается два документа, распечатанных на кассовом оборудовании, что является еще одним отличием распространения лотерейных билетов от продажи обычных бытовых товаров;

- с 2015 г. по настоящее время лотерейные билеты распространялись заявителем и через его агентов-субраспространителей на территории 85 субъектов Российской Федерации;
- все точки продаж лотерейных билетов с 01.06.2013 г. работают под контролем заявителя с соблюдением единого фирменного стиля, который с 2015 г. включает оформление точек продаж с использованием желтого цвета (Pantone 102);
- заявителем приведены выдержки и комментарии к действующему законодательству в отношении пункта 1 статьи 1483 Кодекса, а также судебная практика;
- совокупность представленных доказательств (включая социологический опрос) подтверждает, что у потребителей услуги по распространению лотерей, а именно, услуг продажи лотерейных билетов (35 класс МКТУ) на 24.01.2023 г. возникла устойчивая ассоциативная связь между указанной услугой, оказываемой длительный срок только одним лицом, а именно, заявителем (его агентами-субраспространителями), и желтым цветом (Pantone 102), что привело к приобретению обозначением по заявке № 2023703864 различительной способности в отношении заявленных услуг;
- с 2014 г. по настоящее время основным видом деятельности заявителя является распространение всероссийских государственных лотерей во исполнение договоров с операторами лотерей АО «ГСЛ» и ООО «Спортлото». Вся реклама в указанный период была направлена на продвижение лотерей и услуг АО «ТК «Центр» по распространению этих лотерей (с соблюдением единого фирменного стиля, в том числе оформление точек продаж с использованием фирменного желтого цвета (PANTONE 102). Расходы на рекламу составили 4 385 002 907,74 руб.

В возражении изложена просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении сокращенного перечня услуг 35 класса МКТУ *«услуги по распространению лотерей, а именно услуги продажи лотерейных билетов»*.

В подтверждение своих доводов заявителем изложена просьба об учете следующих материалов:

- скрины стоп-кадров из рекламных видеороликов – [1];

- принт-скрины стоп-кадров с www.youtube.com видеороликов проекта «Жизнь после выигрыша», реализуемого АО «ТК «Центр» за период с 2018 года по январь 2023 гг., с указанием ссылок на видеоролики в сети Интернет, дат размещения на www.youtube.com и количества просмотров – [2];
- заверенная копия акта о выполнении служебного задания № 01/01082022 от 01.08.2022 и выписку из приложенного к этому акту Каталога (Реестра) дизайн-макетов рекламных носителей с комбинациями элементов фирменного стиля «Столото» – [3];
- справки об адресах точек продаж за период с 2015-2022 гг. (письма ООО «Спортлото», АО «ГСЛ») – [4];
- оборотно-сальдовые ведомости по счету 10.14.2 по всем видам оборудования – [5];
- накладные, подтверждающие передачу оборудования желтого цвета (Pantone 102) от АО «ТК «Центр» в адреса агентов-субраспространителей – [6];
- каталог оборудования желтого цвета (Pantone 102) для оформления точек продаж лотерейных билетов – [7];
- сводная справка об оборудовании желтого цвета (Pantone 102), переданном субагентам (субраспространителям) для распространения лотерейных билетов в 2015 - 2022 гг. – [8];
- письма агентов-субраспространителей об использовании предоставленного им АО «ТК «Центр» оборудование желтого цвета (Pantone 102) при распространении лотерейных билетов – [9];
- переписка со службой поддержки сервиса Яндекс, подтверждающая невозможность изменения даты размещения фотографий на сервисе «Яндекс.Карты» – [10];
- справка о расходах на рекламу за период с 2015 г. по первый квартал 2024 г. – [11];
- письмо от ИП Валиевой А.В., ИП Ефимовой И.В., ООО «Омское предприятие спортивных лотерей» – [12].

В возражении приведены комментарии в отношении представленных на стадии экспертизы документов, которые экспертиза сочла недостаточными для факта подтверждения различительной способности у заявленного обозначения. Заявитель

просит учесть (представлено отдельное ходатайство) при рассмотрении данного возражения доказательства, представленные в экспертизу:

- листы записи ЕГРЮЛ в отношении заявителя от 14.08.2015 г., 17.05.2018 г. – [13];
- результаты всероссийского опроса потребителей лотерей, проведенного с 20.12.2022 по 24.01.2023 гг., а также пояснения к нему – [14];
- распоряжение Правительства Российской Федерации № 1318-р от 14.09.2009 в поддержку развития спорта высших достижений и системы подготовки спортивного резерва, распоряжение Правительства Российской Федерации № 687-р от 02.05.2012 в поддержку развития физической культуры и спорта, Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 августа 2019 г. N. 1921-р в поддержку развития бокса – [15];
- лист записи ЕГРЮЛ в отношении оператора лотерей АО «ГСЛ» от 27.05.2019 г. – [16];
- выписки из договоров № 01 от 01.06.2013 г. между АО «ТК «Центр» и АО «ГСЛ», выписка из договора № 02 от 01.06.2013 г. между АО «ТК «Центр» и ООО «Спортлото» – [17];
- письма АО «ГСЛ» от 17.11.2023 г., ООО «Спортлото» от 24.11.2023 г. – [18];
- принт-скрины Интернет-страницы <https://nloto.ru/about> (официального сайта ООО «Спортивные лотереи» – [19];
- распечатка с сайта www.stoloto.ru статьи, опубликованной 19.08.2015 (<https://www.stoloto.ru/press/news/2015/08/19/vstrechayte-noviq-oblik-savta-stolotoru>) – [20];
- «Руководство по использованию элементов фирменного стиля (Брендбук Столото)», 2016 г. – [21];
- «Руководство по оформлению розничных торговых точек», 2017 год – [22];
- «Руководство по использованию элементов фирменного стиля (Брендбук Столото)», 2018 г. – [23];
- «Руководства по оформлению розничных торговых точек (Ритейлбук)», 2021 г. – [24];
- «Руководство по использованию элементов фирменного стиля», 2022 г. – [25];
- копии приказов АО «ТК «Центр» об утверждении типовых форм договоров с субраспространителями (агентами) – [26];
- копии договоров АО «ТК «Центр» с отдельными федеральными сетями – [27];

- справка по субраспространителям (агентам) лотерей, распространяемых заявителем, и количестве терминалов продаж у каждого из них (период с 2015 по 2022 гг.) – [28];
- копия уведомления от 06.12.2018 г. о постановке на учет в налоговом органе АО «ТК «Центр» в качестве крупнейшего налогоплательщика – [29];
- фотографии специализированных точек продаж лотерей, размещенные в сети Интернет на сервисе «Яндекс.Карты» по адресу <https://yandex.ru/maps> (с указанием адреса точки продаж и даты размещения фото на <https://yandex.ru/maps>) с 2015 по 24.01.2023 гг. – [30];
- фотографии торгового оборудования, используемого при продаже лотерейных билетов и размещенное в точках продаж федеральных ритейлеров, иных сетей с 2015 по 2022 гг. – [31];
- копии статей в СМИ, в сети Интернет о распространении лотерей в магазинах сетевых ритейлов с соответствующими фотографиями – [32];
- копии рамочных договоров, справки о количестве изготовленного торгового оборудования – [33];
- рекламные видеоролики, в которых изображены специализированные точки продаж в заявленном цвете (на CD-диске) – [34];
- справка компании «Mediascope» с перечнем каналов трансляции рекламных видеороликов, датами и временем выхода их в эфир – [35];
- распечатки статей в средствах массовой информации и в сети Интернет о лотереях, иллюстрируемые фотографиями точек продаж или торговым оборудованием – [36];
- перечень форумов, конференций, выставок с подтверждающими материалами – [37];
- презентации «Спонсорство 2017 -2023», «Благотворительность 2017 —2023» – [38].

Изучив материалы дела, заслушав лиц, участвующих в рассмотрении возражения, поступившего 28.05.2024, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (24.01.2023) заявки № 2023703864 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 Минэкономразвития России от 20.07.2015 г. № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015 г., 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 неохранные 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.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение «» представляет собой цветное обозначение. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении ограниченного перечня услуг 35 класса МКТУ *«услуги по распространению лотерей, а именно услуги продажи лотерейных билетов»* в цветовом сочетании: «желтый (PANTONE 102)».

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой желтый цвет, который не обладает различительной способностью. При этом цвет - это характеристика определенного объекта, а не сам объект. Представленное цветное сочетание не является оригинальным и запоминающимся, не содержит словесных или графических элементов, что не позволяет потребителю индивидуализировать услуги производителя.

Указанное свидетельствует о том, что заявленное обозначение, в том виде как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака, не обладает различительной способностью, то есть в нем отсутствуют признаки, необходимые и достаточные для запоминания его потребителями.

Законодательством допускается регистрация в качестве товарного знака такого рода обозначений при условии приобретения обозначением различительной способности в результате его использования (подпункт 1 пункта 1.1 статьи 1483

Кодекса). В частности, может быть принято во внимание самостоятельное позиционирование цвета в качестве средства индивидуализации услуг заявителя.

Заявитель не оспаривает вывод экспертизы об отсутствии у заявленного обозначения различительной способности и полагает, что экспертизой не были учтены представленные доказательства приобретенной различительной способности. В этой связи, заявителем изложена просьба об учете документов, представленных с возражением и на стадии экспертизы в отношении использования заявленного обозначения в качестве средства индивидуализации вышеуказанного перечня услуг 35 класса МКТУ.

Анализ представленных документов [1-38] показал следующее.

Распечатки [13] представляют собой сведения из ЕГРЮЛ в отношении заявителя. Заявитель поставлен на учет в налоговом органе [29]. В отношении оператора лотерей АО «ГСЛ» представлены сведения из ЕГРЮЛ [16]. Согласно материалам дела АО «ГСЛ» и ООО «Спортлото» являются операторами всероссийских государственных лотерей. С 01.06.2013 заявитель является распространителем лотерей, заключившим договоры о распространении лотерей с операторами АО «ГСЛ» и ООО «Спортлото». Заявитель распространяет лотерейные билеты, в том числе с привлечением третьих лиц, осуществляет выплату выигрышей, разрабатывает макеты, проводит рекламу [15,17,18].

Согласно акту о выполнении служебного задания № 01/01082022 от 01.08.2022 и каталогу дизайн-макетов рекламных носителей с комбинациями элементов фирменного стиля «Столото» [3], «Руководствам по использованию фирменного стиля, по оформлению розничных торговых точек (Ритейлбук)» [21-25] торговое оборудование (стойки), диспенсеры, холдеры, оборудование для билетов моментальных лотерей и т.п., сувенирная продукция, печатная и иные рекламные материалы имеют желтый цвет. Фирменный стиль также содержит и иные элементы: «Столото», изображение человечка и т.п.

В материалы дела представлены справки об адресах точек продаж за период с 2015-2022 гг. (письма ООО «Спортлото», АО «ГСЛ») [4], при этом лотереи распространялись в 85 субъектах Российской Федерации (список указан). Однако, не

представляется возможным оценить, какое именно обозначение при этом использовалось в качестве средства индивидуализации заявленных услуг 35 класса МКТУ. Из распечаток адресов точек продаж за период с 2015-2022 гг. по распространению лотерей не представляется возможным оценить, что при оформлении точек продаж заявленное обозначение использовалось в том виде, как оно было заявлено на регистрацию и не содержало иных элементов.

Материалы [5,7] касаются использования оборудования желтого цвета (Pantone 102), посредством которого осуществлялись продажи лотерейных билетов. Из представленных в дело доказательств усматривается передача оборудования желтого цвета (Pantone 102) от АО «ТК «Центр» в адреса агентов-субраспространителей (ООО «БРИСТОЛЬ», ООО «Лото-ДВ», ООО «Брянскспортлото», ООО «Акроторг», ООО «Балт-Лото» и т.д.) [6,26-28]. Из справки [8] и писем [9,12] следует, что в период 2015 - 2022 гг. агенты-субраспространители распространяли лотерейные билеты посредством указанного оборудования. Переписка [10] касается дат размещения фотографий на сервисе «Яндекс.Карты».

Документы [33] касаются поставок продукции, выполнения работ и оказания услуг между заявителем и изготовителями торгового оборудования для субраспространителей с 2015 г. Согласно справкам [35] за период 2015-2022 гг. было изготовлено следующее количество торгового оборудования – 393 226, 000 штук. (ООО «Аллегро XXI»), 49900 (ООО «БИГФИШ») и т.д.

Скриншоты стоп-кадров с различных Интернет-ресурсов [1,2], фотографии специализированных точек продаж лотерей [30-32,34] касаются информации о деятельности заявителя и использования оборудования.

Сведения [37,38] о форумах, конференциях, выставках, презентациях и благотворительности представлены в общем виде и не подтверждены фактическими доказательствами.

Все имеющиеся в деле доказательства содержат обозначения, отличные от

заявленного обозначения: «», «», «»,
«», «», «», «»,



», «» и т.п. Необходимо отметить, что все представленные в дело документы касаются вышеуказанного оборудования желтого цвета или близких к нему цветовых оттенков, то есть в качестве цвета или фона с использованием словесного элемента «СТОЛОТО», графической композиции в виде стилизованного человечка и т.п. При этом приведенные материалы не содержат убедительных доказательств самостоятельного использования заявителем заявленного обозначения по заявке № 2023703864 в качестве средства индивидуализации заявленных услуг 35 класса МКТУ в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака. Как показал анализ дела, торговое оборудование (стойки), оборудование для билетов моментальных лотерей и т.п. содержат и иные индивидуализирующие элементы.

В отношении рекламы отмечается следующее. Справка компании «Mediascope» касается перечня каналов трансляции рекламных видеороликов с выхода их в эфир [35] (2017-2023 гг.). Из справки о расходах на рекламу (2015 - 2024 гг.) [11] не представляется возможным установить, что реклама была длительной и интенсивной, а также осуществлялась посредством широкого спектра средств массовой информации (уличная реклама, реклама в метро, на транспорте и т.п.). Из указанных документов по рекламе не представляется возможным оценить, какое именно обозначение участвовало в рекламе, поскольку, как указывалось выше, заявителем используются разные обозначения.

Анализ социологического исследования [14] показал следующее. Объектом исследования явилось заявленное обозначение (цвет PANTONE 102). Результаты опроса относятся к периоду 20.12.2022 - 24.01.2023 гг. Метод опроса – формализованное интервью (часть – Интернет-опрос (500 человек), часть – личное интервью (500 человек)). Выборка формировалась из совершеннолетних жителей Российской Федерации – потребителей услуг по распространению лотерей (продажи лотерейных билетов). Достоверно оценить возраст, пол участвующих респондентов в исследовании не представляется возможным. Также не очевидным является обстоятельство, по каким критериям происходило разделение опрошенных респондентов на два интервью (он-лайн и личное), и каким образом интервью были

распределены по городам. Указанные обстоятельства снижают релевантность проведенного исследования.

В настоящее время подавляющему большинству опрошенных респондентов (85 %) известна компания заявителя. Подавляющее большинство респондентов (96 %), знакомых с компанией заявителя считают, что данная компания оказывает конкретные услуги – услуги по распространению лотерей, а именно, услуги продажи лотерейных билетов. В настоящее время подавляющее большинство (74 %) респондентов ассоциируют услуги по распространению лотерей, а именно, услуг продажи лотерейных билетов с тестируемым желтым цветом. На сегодняшний день подавляющее большинство опрошенных (78 %) приобретали лотерейные билеты в



тестируемых точках продажи (). Анализ исследования показал, что тестируемые точки продаж содержат и иные обозначения, влияющие на восприятие. Точки продаж, которые выполнены только с использованием заявленного обозначения (без иных элементов), не исследовались. Согласно данным социологического исследования [14] (например, диаграмма № 13) оценивалось мнение потребителей (85 %) в отношении торгового оборудования (торговых точек), окрашенного в цвет, который при распространении лотерей использует заявитель (желтый). Вместе с тем, какие-либо иные способы распространения лотерей (например, кассы магазинов) в социологическом опросе не исследованы.

Таким образом, представленное заявителем социологическое исследование [14] не может объективно свидетельствовать о том, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в результате его использования на дату подачи заявки.

Из материалов дела не усматривается, что заявленное обозначение, в том виде как оно заявлено в качестве товарного знака, приобрело различительную способность в качестве средства индивидуализации заявленных услуг 35 класса МКТУ заявителя.

В данном случае при анализе охраноспособности заявленного обозначения следует принимать во внимание то, что регистрация цвета на имя одного лица ведет к монополизации прав на этот цвет в соответствующем сегменте рынка, в то время как

количество цветов является ограниченным. Следовательно, в ряде случаев регистрация цвета в качестве товарного знака одного лица невозможна даже при доказанности длительного и интенсивного использования его заявителем. Цвет, как правило, не воспринимается потребителями в качестве указания на источник происхождения услуг. Обратное должно быть доказано представленными в дело материалами. Вместе с тем, заявителем не доказано, что заявленный на регистрацию в качестве товарного знака желтый цвет (именно «PANTONE 102», а не какие иные оттенки желтого цвета) воспринимается потребителями в качестве средства индивидуализации услуг заявителя.

В связи с чем, вывод, указанный в решении Роспатента, о несоответствии заявленного обозначения в отношении заявленного перечня услуг 35 класса МКТУ требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, является правомерным.

Таким образом, у коллегии отсутствуют правовые основания для отмены решения Роспатента от 07.02.2024.

Доводы о регистрации различных цветовых товарных знаков, зарегистрированных на имя иных лиц, не приводят к иным выводам коллегии в силу независимого делопроизводства по каждому делу в отдельности.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 28.05.2024, оставить в силе решение Роспатента от 07.02.2024.