

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, зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за № 59454 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 07.05.2025, поданное заявителем (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024742259, при этом установила следующее.

Обозначение «**sports**» по заявке № 2024742259 заявлено на регистрацию товарного знака с приоритетом по дате поступления заявки – 16.04.2024 в отношении товаров 25 и услуг 35, 38 и 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 14.01.2025 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024742259 в связи с его несоответствием требованиям пункта 1 и пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В заключении, являющимся неотъемлемой частью решения Роспатента, указаны следующие основания для отказа в регистрации:

- заявленное обозначение элемент «sports» (в переводе с английского языка – «спортивный», «виды спорта», «занятия спортом», см. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/sports>; <https://translate.yandex.ru/>) указывает на свойства и

назначение заявленных товаров и услуг, в связи с чем не обладает различительной способностью и является неохраняемым;

- учитывая установленное семантическое значение словесного элемента «sports», заявленное обозначение в отношении части заявленных товаров и услуг, не имеющих отношения к спорту, таких как, например: 25 класс МКТУ «апостольники; ризы [церковное облачение]», 35 класс МКТУ «службы административные по медицинским направлениям; управление гостиничным бизнесом; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями», 38 класс МКТУ «услуги абонентской телеграфной службы; услуги автоматических телефонных станций», 41 класс МКТУ «образование религиозное; организация балов; организация конкурсов красоты; представления варьете; представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; презентация музейных выставок; услуги образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги ночных клубов [развлечение]», способно ввести потребителя в заблуждение относительно вида товаров и назначения заявленных услуг;

- материалы, представленные заявителем, касающиеся приобретения заявленным обозначением различительной способности, не могут быть учтены в качестве аргументированных и достаточных, поскольку не подтверждают, что заявленное обозначение воспринимается потребителем как средство индивидуализации товаров и услуг заявителя;

- заявителем не были представлены документы, подтверждающие, что заявленное обозначение «sports» идентифицируется у потребителей исключительно с товарами и услугами заявителя, в частности документы, содержащие сведения об

объемах производства и продаж товаров, длительности использования заявленного обозначения для маркировки товаров и услуг, объемах затрат на рекламу, а также сведения о степени информированности потребителей, включая результаты социологических опросов;

- относительно примеров судебной практики (№№СИП-75/2013, СИП-31/2015, СИП-140/2015), приведенных заявителем, указано, что они не могут быть учтены в рамках данной заявки, поскольку делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 07.05.2025 поступило возражение, доводы которого сводятся к следующему:

- с целью устранения несоответствия заявленного обозначения пункту 3 статьи 1483 Кодекса, заявитель представляет скорректированный перечень услуг 35, 38 и 41 классов МКТУ, в отношении которого испрашивается регистрация товарного знака по заявке № 2024742259;

- в отношении скорректированного перечня услуг 35, 38 и 41 классов МКТУ словесный элемент «sports» обладает различительной способностью, так как не относится к категории обозначений, не обладающих различительной способностью, не представляет собой простые геометрические фигуры, линии или числа, не относится к отдельным буквам или сочетаниям букв, не обладающим словесным характером либо не воспринимаемым как слово, не является общепринятым наименованием, родовым или видовым обозначением заявленных товаров и услуг и не воспринимается потребителем как информация о самих товарах или услугах;

- заявленное обозначение не представляет собой реалистическое или схематическое изображение товаров, заявленных на регистрацию, не содержит сведений, касающихся изготовителя товаров, характеристик товаров, их веса, материала или сырья, не относится к обозначениям, утратившим различительную способность в результате широкого и длительного использования различными производителями в отношении идентичных или однородных товаров и услуг;

- словесный элемент «sports» не вошел во всеобщее употребление в качестве обозначения услуг определенного вида в отношении заявленных услуг 35, 38 и 41 классов МКТУ, не является общепринятым символом, характерным для отраслей хозяйства или областей деятельности, к которым относятся заявленные услуги, не является условным обозначением, применяемым в науке и технике, не относится к общепринятым терминам, являющимся лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники, применительно к услугам 35, 38 и 41 классов МКТУ;

- исходя из восприятия обозначения рядовым средним потребителем соответствующих услуг в Российской Федерации, словесный элемент «sports» обладает высокой различительной способностью и является охраняемым элементом в отношении заявленных услуг;

- примеры перевода и толкования обозначения «sports», приведенные в интернет-источниках, указанных в оспариваемом решении, являются ошибочными и не могут быть признаны достоверными доказательствами неохраноспособности обозначения;

- ресурс «Merriam-Webster» представляет собой словарь американского английского языка, не ориентированный на восприятие российских потребителей, при этом корректный перевод на русский язык слова «sports» отсутствует, в связи с чем для потребителей оно воспринимается как фантазийное слово;

- онлайн-переводчики не являются достоверными источниками для правовой оценки обозначений, поскольку алгоритмы автоперевода формируют условные переводы даже для вымышленных слов, не обладающих словарным значением;

- в связи с отсутствием корректного перевода и толкования, обозначение «sports» не является названием конкретной услуги и не относится к терминологии в области деятельности заявителя;

- заявленное обозначение не указывает на назначение услуг и обладает фантазийным характером применительно к услугам 35, 38 и 41 классов МКТУ;

- заявленное обозначение обладает высокой степенью известности и узнаваемости и ассоциируется с деятельностью заявителя;

- заявитель осуществляет деятельность с 17.11.2010, основным направлением деятельности заявителя является деятельность в сфере информационных агентств, при этом «sports» является ведущим российским спортивным медиа с ежемесячной аудиторией более 30 миллионов человек;

- деятельность заявителя подтверждается сведениями из реестров аккредитованных ИТ-организаций и зарегистрированных средств массовой информации;

- заявитель на протяжении многих лет широко известен целевому кругу потребителей как лицо, оказывающее услуги в отношении заявленных классов МКТУ;

- заявитель владеет сайтом «sports.ru», функционирующим с 1998 года, на страницах которого используется заявленное обозначение;

- высокая посещаемость сайта, рост доли новых пользователей и значительные показатели просмотров подтверждают узнаваемость обозначения «sports»;

- заявитель является правообладателем зарегистрированной программы для ЭВМ «Программный комплекс для управления интернет-порталом Sports.ru»;

- заявленное обозначение активно используется заявителем в социальных сетях и ассоциируется потребителями исключительно с заявителем;

- услуги заявителя под обозначением «sports» пользуются высоким спросом на рынке, что подтверждается наличием крупных корпоративных клиентов и заключенными договорами;

- значительный объем выручки заявителя за 2023 год подтверждает коммерческую успешность использования обозначения;

- заявитель несет постоянные расходы на рекламу, развитие и продвижение бренда, включая лицензионные договоры и рекламные кампании;

- заявленное обозначение активно используется при проведении и трансляции спортивных мероприятий, а также при создании аудиовизуальных произведений;

- заявитель является лауреатом и победителем различных премий, что подтверждает признание бренда потребителями;

- обозначение «sports» широко освещается в средствах массовой информации, интернет-ресурсах и блог-платформах;

- поисковая выдача по запросу «sports» напрямую связана с деятельностью заявителя и направляет потребителей на его официальные ресурсы;

- совокупность представленных договоров и доказательств подтверждает высокую различительную способность обозначения «sports»;

- заявленное обозначение ассоциируется у потребителей исключительно с заявителем как до, так и после даты подачи заявки;

- отказ в предоставлении правовой охраны обозначению создает риск незаконного использования деловой репутации заявителя третьими лицами;

- заявленное обозначение обладает высокой различительной способностью и не указывает на вид и назначение услуг в отношении заявленных классов МКТУ.

На основании изложенных доводов заявитель и просит отменить решение Роспатента от 14.01.2025 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня услуг 35, 38 и 41 классов МКТУ.

С возражением представлены следующие материалы (дублируют материалы, имевшиеся в распоряжении экспертизы, согласно ответу заявителя на уведомление о результатах проверки соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства):

1) Выписка из ЕГРЮЛ в отношении заявителя;

2) Выписки из реестра аккредитованных организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий, и из реестра зарегистрированных средств массовой информации;

3) Скриншоты статистики посещаемости сайта заявителя;

4) Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2022681008;

5) Скриншоты публикаций в социальных сетях;

6) Договоры о создании произведений и оказании рекламных услуг (заявитель – исполнитель), 2022, 2023, 2024 гг.;

7) Платежные поручения к договорам об оказании рекламных услуг (в том числе на сайтах bombardir.ru, sports.ru), акт сверки расчетов, 2023, 2024 гг.;

8) Акт выполненных работ (услуги по размещению рекламы заказчика), 2021 г.;

9) Договоры и платежные поручения (заявитель – заказчик услуг по продвижению бренда), 2022, 2023, 2024 гг.;

10) Договоры и платежные поручения о предоставлении заявителю прав на показ хайлайтов спортивных мероприятий (заявитель – лицензиат), 2024 г.;

11) Рекламные баннеры и анонсы спортивных мероприятий (без указания дат) с использованием обозначений «», «», «», «»;

12) Договор о создании аудиовизуального произведения (фильм «Лестница в небо») и лицензионные договоры на его использование, 2023 г.; фрагмент трейлера содержит обозначение «»;

13) Договоры о предоставлении прав на использование аудиовизуальных произведений (заявитель – лицензиар, исполнитель), фильмы «Главные победы», «Аэробомания», 2021, 2024 гг.; фрагмент аудиовизуального произведения «Главные победы» содержит обозначение «»;

14) Отчеты об оказании заявителю рекламных услуг с размещением обозначений: в 1 квартале 2024 г. – «», «»; во 2 квартале 2023 г. – «», «»;

15) Фотографии со спортивных мероприятий, 2023, 2024 гг., с размещением обозначений «», «», «», «», «», «», «», «»;

16) Грамоты и сертификаты об участии и победах в профессиональных премиях на имя заявителя, 2023 г., в том числе премия победителя СБК «Работодатель года» (7-й чемпионат) с размещением обозначения «».

Корреспонденциями, поступившими 18.06.2025, 16.07.2025, заявитель представил дополнительные материалы, а именно:

17) Отчет Центра изучения общественного мнения от 10.06.2025 «Наличие / отсутствие социологических признаков приобретенной различительной способности обозначения »;

18) Комментарии к отчету;

19) Письма Автономной некоммерческой организации «Спортивный клуб «Аспас», ООО «БК Олимп», ООО «Букмекерская контора «Пари», ООО «Окко», ООО «Первая международная букмекерская компания», ООО «С-Маркетинг», ООО «Уайт Бокс Медиа», ООО «Фонкор», ООО «Фортуна», ООО «Шахматы и Джаз»;

20) Договор от 29.03.2024, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; реклама осуществлялась в форме размещения логотипа объекта рекламирования на сайте sports.ru, что подтверждается приложением к договору с указанием объекта и мест размещения;

21) Договор от 29.03.2024, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включают брендинг трассы, размещение логотипа на призовом подиуме и в пресс-центре, а также размещение рекламного видеоролика в 2024 году во время спортивных мероприятий, с использованием обозначения «»;

22) Договор от 23.09.2024, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; реклама осуществлялась путем размещения логотипа и рекламных материалов на сайте sports.ru и в telegram-канале заявителя;

23) Договор от 19.09.2024, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; рекламные материалы заявителя размещались в рамках

спортивных соревнований в 2024 году, включая мероприятие 05.10.2024, с использованием наименования этапа «Гран-при Спортс»;

24) Акт оказанных услуг от 06.10.2024, подтверждающий оказание рекламных услуг по договору от 19.09.2024;

25) Договор от 01.01.2024, по которому заявитель и контрагент осуществляли взаимное оказание рекламных услуг; услуги включали размещение постов с упоминанием объекта рекламирования, размещение видеоролика Sports.ru в онлайн-трансляции, а также размещение брендированных постов в социальных сетях заявителя;

26) Документы, подтверждающие размещение заявителем рекламы объекта рекламирования в период с 01.01.2024 по 31.01.2024;

27) Договор от 05.10.2023, предусматривающий взаимное оказание рекламных услуг; реклама размещалась в telegram-каналах заявителя; акт выполненных работ подтверждает оказание услуг заявителю, а также размещение заявителем рекламных материалов в 2023 г.;

28) Договор от 17.02.2020, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включали размещение логотипа заявителя на игровой форме спортсменов во время матчей сезона 2020–2021 гг., а также размещение видеоматериалов на светодиодных панелях во время матчей; оказание услуг подтверждено универсальными передаточными документами;

29) Договор оказания услуг от 17.02.2020, предусматривающий размещение рекламных баннеров в марте 2020 г., брендирование кастомной вкладки на сайте sports.ru, размещение нативных материалов и push-уведомлений для пользователей приложения заявителя; акт выполненных работ от 30.09.2021;

30) Договор от 31.01.2024, предусматривающий взаимное оказание информационных и рекламных услуг; заявитель выступал информационным партнером и использовал собственные обозначения, а также размещал логотип контрагента; акт выполненных услуг от 30.04.2024;

31) Договор, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; реклама размещалась в период с 01.06.2024 по 14.07.2024 в форме публикаций на

сайте заявителя, в telegram-канале заявителя, а также в виде баннеров на главной странице сайта заявителя;

32) Договор оказания услуг от 24.05.2024, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включали таргетированную рекламу и размещение рекламных объявлений и баннеров, а также публикацию информации о заявителе;

33) Договор от 01.02.2019, по которому заявитель предоставляет право использования текстовых материалов и фотографий с интернет-сайтов sports.ru и tribuna.com, включая доведение материалов до всеобщего сведения и публичное исполнение с обязательным указанием источника.

34) Соглашение о сотрудничестве от 03.09.2024, по которому заявитель и иная сторона осуществляют взаимное оказание рекламных услуг; услуги включают демонстрацию рекламного видеоролика, поддержку публикаций и анонсирование совместных конкурсов;

35) Партнерское соглашение от 05.06.2023, по которому стороны осуществляют взаимное размещение рекламы; в 2023 году размещается реклама «Sports.ru» на сайте фестиваля с активной ссылкой, осуществляется анонсирование партнерства в социальных сетях и telegram-канале; в ответ заявитель размещает материалы партнера на сайте «sports.ru», включая баннеры и анонсирование во флагманских социальных сетях заявителя;

36) Договор о сотрудничестве от 08.10.2024, по которому стороны осуществляют взаимное оказание рекламных услуг в период с 25.10.2024 по 31.12.2024;

37) Договор от 30.03.2022, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; реклама размещается на сайте «sports.ru» в форме баннеров, нативных материалов и push-уведомлений для подписчиков; дополнительно в период с августа 2023 г. по 31.05.2025 заявитель размещает баннеры и рекламные материалы (Самара и Самарская область);

38) Договор, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включают размещение рекламной информации заявителя на стадионе в форме бегущей строки и размещения на светодиодных панелях;

39) Договор от 17.10.2023, предусматривающий взаимное оказание рекламных услуг; заявителю оказываются услуги по размещению рекламы объекта «sports.ru» в период октября 2023 г., при этом заявитель размещает на своем сайте информацию о мероприятии;

40) Договор о сотрудничестве от 01.11.2023, по которому стороны осуществляют взаимное оказание рекламных услуг; в декабре 2023 г. размещаются рекламные баннеры заявителя, а также заявитель размещает на своем сайте и в мобильной версии полнотекстовую новость, публикации в социальных сетях и push-уведомления;

41) Соглашение от 12.04.2024, предусматривающее взаимное оказание рекламных услуг; заявителю оказываются услуги по размещению постов в telegram-канале и упоминаниям во время прямых трансляций матчей, при этом заявитель размещает баннеры на своем сайте;

42) Договор от 01.03.2024, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; формат рекламы включает размещение материалов на страницах сайта sports.ru, анонсирование, нативные материалы и push-уведомления в приложении;

43) Договор от 01.03.2024, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включают размещение логотипа заявителя в партнерском блоке сайта мероприятия и на экране сцены мероприятия;

44) Договор от 01.07.2024, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; услуги включают размещение полнотекстовой новости и рекламных баннеров в разделе сайта «sports» в период с 01.07.2024 по 31.12.2024;

45) Акты реализации прав по договору от 14.10.2022, в рамках которых заявителю переданы права на размещение рекламных материалов заказчика в различные отчетные периоды 2023-2024 гг., включая размещение рекламы на сайте заявителя в помесечных периодах с 01.01.2023 по 31.12.2024;

46) Договор, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг в период с 01.01.2022 по 31.07.2022; услуги оказываются в форме размещения виджета на страницах с матчами клуба, вкладки на странице тега клуба, push-уведомлений, партнерских новостей, баннеров и брендированных блоков на сайте sports.ru, сайте tribuna.com, в социальных сетях и мобильном приложении;

47) Договор от 01.10.2023, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; в период с 01.10.2023 по 30.06.2024 заявитель размещает рекламные материалы на страницах сайта, в социальных сетях и мобильном приложении, включая теги, новостные ссылки, полнотекстовые новости и push-уведомления;

48) Договор от 01.01.2022, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; реклама «» размещается на стадионе в г. Москве;

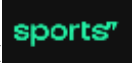
49) Договор от 01.10.2023, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг по размещению логотипа заявителя;

50) Договор от 01.08.2023, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; логотип «» размещается по периметру арены во время матчей в 2023 и 2024 гг. на стадионе в г. Москве;

51) Договор от 01.02.2024, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; услуги включают размещение баннеров, нативных материалов и полнотекстовых новостей на страницах сайта и в мобильном приложении заявителя, включая размещение в г. Москве и Московской области;

52) Договор от 30.06.2023, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; услуги включают размещение материалов на сайте «sports.ru», анонсирование в подкасте, социальных сетях и telegram-канале заявителя, а также push-уведомления; период оказания услуг – с июля 2024 г. по 30.06.2025;

53) Договор от 20.02.2024, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включают размещение логотипов заявителя «**sports**»»,

«», «», «», « спортс' », « » в приложении в отчетный период во время матчей; период оказания услуг – с 01.03.2024 по 30.06.2025;

54) Договор от 30.06.2023, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включают размещение информационных материалов заявителя и позиционирование его в статусе информационного партнера во время

спортивного мероприятия, включая размещение логотипа «» в приложении;

55) Договор от 01.07.2024, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; размещение логотипа заявителя осуществляется в период с 01.07.2024 по 30.06.2025 в рамках мероприятий с совокупностью логотипов «», «», «», «», « спортс' », « »;

56) Акты выполненных работ, универсальные передаточные документы и счета, подтверждающие оказание рекламных услуг по договорам;

57) Соглашение от 22.01.2024, предусматривающее взаимное оказание рекламных услуг; заявителю присваивается статус информационного партнера в период с января по апрель 2024 г., осуществляется размещение информации и баннеров, при этом заявитель размещает на своем сайте баннеры нативной рекламы, публикует материалы и посты в telegram-канале, а также направляет push-уведомления;

58) Договор от 12.07.2023, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; услуги включают размещение новости, ссылки, нативной рекламы на сайте заявителя, анонсирование в социальных сетях, размещение рекламных баннеров и трансляцию видеоролика; встречные услуги включают размещение логотипа заявителя и предоставление билетов на фестиваль в 2023 г.;

59) Договор от 19.04.2024, по которому стороны осуществляют взаимное оказание рекламных услуг; заявителю оказываются услуги по размещению логотипа и упоминаний «Sports» в качестве партнера фестиваля, при этом заявитель в период

с 01.05.2024 по 30.11.2024 осуществляет анонсирование этапов фестиваля на своем сайте и в telegram-канале;

60) Договор от 01.02.2019, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включают размещение рекламных баннеров заявителя и обязательное указание подписи с гиперссылкой на страницы сайтов «sports.ru» и «tribuna.com»;

61) Договор от 01.07.2024, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включают размещение логотипов заявителя на афишах, счетах, турнирных таблицах в социальных сетях и на сайте клуба в период проведения мероприятий;

62) Договор от 20.11.2023, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; в период с 01.10.2023 по 30.06.2024 размещаются баннеры, нативные материалы, push-уведомления, полнотекстовые новости и ссылки на сайте sports.ru, в мобильном приложении и социальных сетях заявителя;

63) Договор от 20.11.2023, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включают предоставление заявителю статуса информационного партнера футбольного мероприятия и размещение рекламы «sports.ru» в форме видеороликов, баннеров и полосы в печатном блоке с использованием логотипа «»;

64) Договор от 23.08.2024, по которому заявитель является исполнителем рекламных услуг; услуги включают ведение блога на сайте tribuna.com, интеграцию кнопки, брендирование клубного блога, push-уведомления в приложении, размещение полнотекстовой новости, а также разработку и выпуск совместного мерча;

65) Договор от 23.08.2024, по которому заявитель является заказчиком рекламных услуг; услуги включают размещение рекламных материалов заявителя на стадионе во время мероприятий в сезонах 2024–2025 гг., включая видеоролики, баннеры, стикеры, сувенирную продукцию, вручение сувениров на мероприятиях и проведение промо-акций, с использованием логотипа «».

В материалах, представленных 18.06.2025, заявитель также отметил следующее:

- заявитель не согласен с выводом о том, что спорное обозначение не обладает различительной способностью для каких-либо из товаров и услуг, в отношении которых оно заявлено к регистрации;

- заявитель не согласен с выводом о том, что спорное обозначение состоит только из элементов, характеризующих товары и услуги, указывающих на их свойство и назначение;

- заявитель представляет доказательства того, что заявленное обозначение активно использовалось им на дату подачи заявки и имело на эту дату различительную способность для товаров и услуг, в отношении которых испрашивается правовая охрана;

- обстоятельство активного использования заявленного обозначения заявителем и наличие для этого лица различительной способности обозначения подтверждается данными отчета Центра изучения общественного мнения от 10.06.2025 «Наличие / отсутствие социологических признаков приобретенной различительной способности обозначения», согласно которому среди людей, пользовавшихся сайтами спортивных медиа, уровень знания обозначения «**sports**» составляет 68 %, при этом читали публикации и посещали сайт этого издания 36 % респондентов;

- согласно данным социологического исследования, 38 % из пользователей сайтов спортивных медиа узнали об интернет-издании под обозначением «**sports**» два года назад или более, 21 % узнали в прошлом году, 21 % узнали в текущем году;

- согласно результатам исследования, 37 % респондентов, читавших или посещавших сайт интернет-издания под спорным обозначением, делают это несколько раз в неделю, и 28 % делают это раз в неделю;

- большинству участников исследования из целевой группы пользователей сайтов спортивных медиа, знакомых со спорным обозначением в отношении

интернет-издания, известны и другие услуги, для которых применяется тестируемое обозначение: 81 % указали, что оно используется для показа спортивных мероприятий, 68 % указали на его использование для организации мероприятий, в том числе спортивных, 52 % отметили в качестве сферы применения обозначения подготовку сообщений о событиях;

- большинство участников опроса (70 %) среди пользователей сайтов спортивных медиа отметили, что тестируемое обозначение «**sports**» использует ООО «Спортс.ру»;

- различительная способность обозначения «**sports**» продемонстрирована также для группы людей, пользовавшихся за последний год сайтами интернет-изданий и (или) сайтами спортивных медиа, для которых уровень знания обозначения составляет 42 %;

- среди пользователей сайтов интернет-изданий и (или) сайтами спортивных медиа 40 % узнали об интернет-издании под обозначением «**sports**» два года назад или более, 22 % узнали в прошлом году, 16 % узнали в текущем году;

- среди пользователей сайтов интернет-изданий и (или) сайтами спортивных медиа 33 %, читавших или посещавших сайт интернет-издания под спорным обозначением, делают это несколько раз в неделю, и 26 % делают это раз в неделю;

- среди пользователей сайтов интернет-изданий и (или) сайтами спортивных медиа 81 % указали, что спорное обозначение используется для показа спортивных мероприятий, 70 % указали на его использование для организации мероприятий, в том числе спортивных, 52 % отметили в качестве сферы применения обозначения подготовку сообщений о событиях;

- большинство участников опроса (62 %) среди пользователей сайтов интернет-СМИ и (или) спортивных медиа отметили, что обозначение «**sports**» использует ООО «Спортс.ру»;

- данные социологического исследования однозначно указывают на то, что обозначение «**sports**» имело различительную способность в отношении

активно оказываемых заявителем услуг, связанных с сайтами спортивных медиа и сайтами интернет-изданий, в частности для услуг 38 класса МКТУ «вещание беспроводное»; «вещание телевизионное»; «вещание телевизионное кабельное»; «доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]»; «обеспечение доступа на дискуссионные форумы в Интернете»; «передача видео по запросу»; «передача подкастов»; «передача сообщений»; «передача сообщений и изображений с использованием компьютера»; «передача цифровых файлов»; «предоставление информации в области телекоммуникаций»; «предоставление онлайн форумов»; для услуг 41 класса МКТУ «предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых»; «предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы "видео по запросу"»; «предоставление незагружаемых фильмов через сервисы "видео по запросу"»; «предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых»; «производство подкастов»; «производство фильмов, за исключением рекламных»; «редактирование текстов»; «служба новостей»; «создание фильмов, за исключением рекламных»; «подготовка материалов для распространения в средствах массовой информации»; «информация в области культуры и спорта»; «издательская деятельность»;

- наличие документально подтвержденной устойчивой ассоциации спорного обозначения с заявителем для услуг, связанных с сайтами спортивных медиа и сайтами интернет-изданий, прямо указывает на то, что это обозначение не представляет собой и не содержит элементы, которые способны ввести в заблуждение потребителей относительно видов и назначения всех остальных товаров и услуг;

- согласно данным социологического исследования, большинство респондентов (63 % среди пользователей сайтов интернет-СМИ и (или) спортивных медиа, 65 % среди пользователей сайтов спортивных медиа) считают, что четыре представленных варианта обозначений «**sports**» **sports** «**спортс**» **СПОРТС**» используются для одних и тех же услуг;

- более половины участников исследования полагают, что представленные варианты обозначений являются вариантами исполнения одного и того же обозначения (59 и 62 % соответственно в зависимости от целевой группы);

- более половины участников исследования полагают, что представленные варианты обозначений «**sports**™», «**sports**», «**спортс**™», «**СПОРТС**» принадлежат одной компании (57 и 60 % в зависимости от целевой группы);

- выявленное в ходе социологического исследования восприятие потребителями различных вариантов обозначения как вариантов исполнения одного обозначения, принадлежащего одной компании, прямо указывает на то, что все доводы о допустимости регистрации обозначения для всех заявленных товаров и услуг применимы также при рассмотрении вопроса регистрации на имя заявителя иных вариантов обозначения для этих товаров и услуг.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия установила следующее.

С учетом даты (16.04.2024) поступления заявки № 2024742259 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572) (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 пунктом 1¹ 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.

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

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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.

sports

Заявленное обозначение «**sports**» по заявке № 2024742259 является словесным, выполнено стандартным шрифтом строчными буквами латинского алфавита. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении услуг 25, 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в возражении, а именно:

35 - аренда площадей для размещения рекламы; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; маркетинг; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; поиск клиентов для третьих лиц; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство рекламных фильмов; прокат рекламных материалов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама с оплатой за клик; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; услуги рекламного агентства; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; услуги копирайтеров; проведение промоакций; услуги рекламные и маркетинговые, предоставляемые посредством ведения блога;

38 - вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в Интернете; передача видео по запросу; передача подкастов; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача цифровых файлов; предоставление информации в области телекоммуникаций; предоставление онлайн форумов;

41 - видеосъемка; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы "видео по запросу"; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы "видео по запросу"; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; производство подкастов; производство фильмов, за исключением рекламных; редактирование текстов; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; услуги киностудий; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; производство мультипликационных фильмов; подготовка материалов для распространения в средствах массовой информации; информация в области культуры и спорта; издательская деятельность.

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

Оспариваемым решением установлено, что словесный элемент «sports» заявленного обозначения в переводе с английского языка на русский язык означает «спортивный», «виды спорта», «занятия спортом» (см. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/sports>; <https://translate.yandex.ru/>).

Довод заявителя о том, что указанные источники не отражают корректный перевод на русский язык слова «sports», неубедительны. Названные ссылки приведены в качестве примера, иные источники, например, <https://wooordhunt.ru/word/sports>, также содержат указанное выше значение как перевод слова на русский язык. Данное слово, действительно, относится к американскому английскому, что не означает отсутствия его значения.

Более того, следует учитывать, что смысловое значение устанавливается, если адресной группой потребителей очевидно воспринимается смысл обозначения, такой в данном случае очевиден в связи с высокой фонетической близостью иностранного слова и его значений в русском языке, что определяет ассоциативный ряд, возникающий при его восприятии.

С учетом семантического значения словесный элемент «sports» заявленного обозначения указывает на назначение услуг:

- «аренда площадей для размещения рекламы; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; маркетинг; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; поиск клиентов для третьих лиц; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство рекламных фильмов; прокат рекламных материалов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама с оплатой за клик; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; услуги рекламного агентства; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров; составление рекламных материалов; услуги копирайтеров; проведение промоакций; услуги рекламные и маркетинговые, предоставляемые посредством ведения блога» 35 класса МКТУ, являющихся услугами по продвижению товаров, как предназначенных для продвижения спортивных мероприятий, спортивных товаров;

- «вещание беспроводное; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в Интернете; передача видео по запросу; передача подкастов; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача цифровых файлов; предоставление информации в области телекоммуникаций; предоставление онлайн форумов» 38 класса МКТУ, являющихся услугами вещания и предоставления контента с помощью средств связи, как связанных с трансляцией и обсуждением на форумах спортивных мероприятий, спортивных товаров;

- «видеосъемка; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы "видео по запросу"; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы "видео по запросу"; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; производство подкастов; производство фильмов, за исключением рекламных; редактирование текстов; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных; услуги киностудий; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; производство мультипликационных фильмов; подготовка материалов для распространения в средствах массовой информации; информация в области культуры и спорта; издательская деятельность» 41 класса МКТУ, как относящихся к тематике контента в связи с тем, что услуги направлены на съемку спортивных мероприятий, спортивных товаров, на освещение их в прессе, на предоставление информации о новостях спортивного мира.

Таким образом, для указанных выше услуг 35, 38, 41 классов МКТУ словесный элемент «sports» заявленного обозначения характеризует услуги, следовательно, не обладает различительной способностью и должен оставаться свободным для использования иными лицами в гражданском обороте.

Поскольку в заявленном комбинированном обозначении неохраняемый элемент «sports» является единственным элементом, то его регистрация противоречит положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Заявителем были представлены дополнительные материалы, которые, по его мнению, доказывают различительную способность заявленного обозначения, в связи с чем исследуется наличие оснований для применения подпункта 1 пункта 1¹ статьи 1483 Кодекса.

Согласно Информационной справке, подготовленной по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса, утвержденной постановлением президиума Суда по

интеллектуальным правам от 05.04.2017 № СП-23/10 по результатам обсуждения с участием членов Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам, оценка на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса производится в отношении конкретного обозначения в том виде, в котором это обозначение зарегистрировано или заявлено на государственную регистрацию (Аналогичная правовая позиция вытекает из постановлений президиума Суда по интеллектуальным правам от 15.12.2014 по делу № СИП-572/2014 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 13.04.2015 № 300-ЭС15-1994 в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано) и от 23.07.2015 по делу № СИП-35/2015).

Все представленные документы касаются осуществления заявителем деятельности, связанной с освещением на своем сайте спортивных мероприятий, новостей в спортивной сфере. Согласно представленным договорам, исполнение которых представлено в форме актов, счетов, УПД, платежных документов, заявитель осуществляет оказание услуг третьим лицам по рекламе, включая предоставление места для размещения рекламы на своем сайте, в блогах, в подкастах, видеороликах, в публикациях сообществ в социальных сетях с push-уведомлениями о подписках (соответствует услугам «аренда площадей для размещения рекламы», «написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев», «презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц», «продвижение товаров через лидеров мнений; производство рекламных фильмов; прокат рекламных материалов», «публикация рекламных текстов», «разработка рекламных концепций», «распространение рекламных материалов», «реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама с оплатой за клик», «составление рекламных материалов»), а также путем получения статуса партнера мероприятий с предоставлением возможности проведения акций на спортивных объектах (соответствует услугам «продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий», «проведение промоакций»), путем предоставления прав

на использование рекламных материалов (соответствует услуге «прокат рекламных материалов»), путем ведения сайта, блога с публикациями новостей, создания фильмов для предоставления прав на них (соответствует услугам «службы по связям с прессой», «услуги рекламные, предоставляемые посредством ведения блога», «предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых», «предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; производство подкастов; производство фильмов, за исключением рекламных», «редактирование текстов; служба новостей; создание фильмов, за исключением рекламных», «подготовка материалов для распространения в средствах массовой информации; информация в области спорта»).

Наличие лицензий в отношении оказания услуг связи 38 класса МКТУ заявитель не продемонстрировал, в связи с чем оказание заявителем третьим лицам услуг вещания, телекоммуникаций не установлено.

Вместе с тем то обстоятельство, что заявитель ранее даты подачи заявки оказывал часть услуг испрашиваемого к регистрации перечня, не свидетельствует о наличии оснований для признания обозначения «» приобретшим различительную способность.

Так, представленные материалы отражают, что при создании аудиовизуальных произведений использованы обозначения «», «» [12], [13], то есть иные обозначения, не соответствующие заявленному, лишенному каких бы то ни было графических особенностей. При этом данные о трех созданных произведениях не свидетельствуют о длительном, широком, интенсивном использовании обозначений заявителя для оказания услуг «производство фильмов, за исключением рекламных», «создание фильмов, за исключением рекламных».

Большинство материалов, где продемонстрированы обозначения-логотипы заявителя, касается продвижения этих логотипов третьими лицами, но не относится к использованию их в качестве средства индивидуализации при оказании услуг заявителем.

Так, согласно отчетам [14] об оказании заявителю рекламных услуг во время мероприятий на рекламных баннерах, анонсах и оборудовании мероприятий [11, 15, 21, 48, 50, 53, 54, 55] размещались обозначения «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «», «». Все указанные логотипы демонстрируют позиционирование заявителя на рынке, но не сопровождение оказываемых им услуг. При этом характер обозначений различен, равно как и интенсивность использования каждого из них. Следует обратить внимание на то, что заявленное обозначение в продвижении «бренда заявителя» не использовалось. При этом графический элемент «», напоминающий кавычки, позиционируется заявителем самостоятельно, в связи с чем он вносит вклад в восприятие обозначения, то есть приводит к отличиям заявленного обозначения от используемого комбинированного обозначения «» в различных вариантах цвета. Аналогично, в составе наименования сайта «sports.ru» словесный элемент воспринимается иначе: как адресация сайта, что не соответствует виду заявленного обозначения и качественно его отличает от используемого.

Использование словесного обозначения «sports» («» или просто «Sports») незначительно усматривается в документах, представляющих заявителя как субъекта, а не относительно услуг испрашиваемого к регистрации перечня (работодатель года [16], партнер фестиваля [59]).

В свою очередь, оказание услуг, преимущественно рекламных, заявитель осуществлял с использованием собственного сайта, а также страниц в социальных сетях, telegram-канале, где использованы обозначения «», «»,

«**Спортс**»». Коллегия отмечает, что ни одно из них не соответствует заявленному обозначению «**sports**», которое имеет существенные отличия.

Длительность и интенсивность использования своих обозначений заявителем, приведшая к утрате значимости графического представления обозначения, не доказана.

В отношении представленного заявителем отчета центра исследования общественного мнения от 10.06.2025 коллегия отмечает, что исследование не в полной мере соответствует выработанному Судом по интеллектуальным правам¹ стандарту таких документов.

Так, большинство вопросов в исследовании не соответствует ретроспективе исследования (все вопросы, кроме приведенного на странице 19 о длительности знаний части опрашиваемых об интернет-издании **sports**); опрос не охватывает весь перечень испрашиваемых услуг 35, 38, 41 классов МКТУ; опрашивались только пользователи сайтов спортивных медиа и пользователи новостных сайтов, что относится только к части услуг 41 класса МКТУ (для которых объем использования доказан лишь в связи с тремя фильмами) и не демонстрирует релевантную выборку, учитывая заявленный перечень; варианты ответов и их последовательность в ряде вопросов носят наводящий характер, что приводит к очевидности ответов (например, на вопрос на странице 17 о том, какая компания из перечисленных использует обозначение «**sports**», заявитель указан первым, что, наряду с совпадением фонетического воспроизведения наименования заявителя и предложенного обозначения подталкивает респондентов к «правильному» ответу). Более того, в целом вопрос относим к обозначению «**sports**», а не к заявленному обозначению.

Одновременно, заявитель обратил внимание на то, что на вопрос о том, являются ли обозначения «**sports**», «**sports**», «**спортс**», «**СПОРТС**»

¹ см. Информационную справку о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков, утвержденной Постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 №СП-21/15

вариантами исполнения одного и того же обозначения или разными обозначениями потребители, в большинстве своем, посчитали их вариантами друг друга. Следует отметить, что, несмотря на высокий процент респондентов, посчитавших обозначения вариантами друг друга, вывод об использовании одного обозначения в защиту другого сделан быть не может.

Во-первых, согласно правоприменительной практике, использование обозначения на ином языке меняет существо знака (постановления президиума Суда по интеллектуальным правам от 06.09.2023 по делу № СИП-1079/2022, от 07.02.2022 по делу № СИП-1092/2020, от 06.12.2021 по делу № СИП-880/2020, от 21.05.2018 по делу № СИП-335/2017).

Во-вторых, для обозначения «**sports**» заявителем также не продемонстрирована приобретенная различительная способность (это следует из представленных в настоящее дело документов, а также результатами рассмотрения возражения заявителя в отношении обозначения по заявке № 2024742260).

В-третьих, в дополнении к ранее указанному выводу о существенности различий следует обратить внимание на то, что графический элемент в виде неполных кавычек отражает характерную черту товарного знака, и значимо влияет на его восприятие. Поскольку элемент «кавычки» присутствует в неполном исполнении (кавычки только в конце слова, «закрывающие»), это обращает на себя внимание при спонтанном восприятии.

Таким образом, представленные заявителем документы не подтверждают того, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, а документов в отношении оказания услуг 38 класса МКТУ не представлено вовсе.

На основании вышеизложенного нельзя сделать вывод о том, что обозначение «**sports**» к 16.04.2024 стало известным среднему российскому потребителю как средство индивидуализации испрашиваемых услуг.

При указанных обстоятельствах у коллегии отсутствуют основания считать неправомерным вывод Роспатента о том, что заявленное обозначение противоречит требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Анализ соответствия заявленного обозначения «**sports**» требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявителем был ограничен перечень испрашиваемых услуг 35, 38, 41 классов МКТУ таким образом, что в нем не осталось позиций, в отношении которых словесный элемент «sports» признан способным вводить потребителей в заблуждение в отношении назначения или свойств услуг. Таким образом, заявленное обозначение для испрашиваемых в возражении услуг не нарушает положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем основания для отмены оспариваемого решения отсутствуют, поскольку заявителем не преодолены мотивы несоответствия обозначения пункту 1 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 07.05.2025, оставить в силе решение Роспатента от 14.01.2025.