

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения

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 поступившее 06.10.2025 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражение, поданное компанией "Victorinox AG", Швейцария (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 999377, при этом установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке № 2023783235 с приоритетом от 05.09.2023 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 999377 на имя Общества с ограниченной ответственностью "ГИФТС" , 301767, Тульская область, г. Донской, мкр. Центральный, ул. Октябрьская, 41А (далее - правообладатель) в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства. Срок действия регистрации – до 05.09.2033 г.

Согласно описанию, приведенному в материалах заявки, оспариваемый товарный знак является словесным и представляет собой обозначение: «VICTORINOX».

В поступившем 06.10.2025 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 999377 оспариваемого товарного знака произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3 (1), 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, поступившего 06.10.2025, сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем серии товарных знаков **VICTORINOSH**
«ВИКТОРИНОЖ» (1) по свидетельству № 189711, приоритет от 13.07.1998 г., **«VICTORINOX»** (2) по свидетельству № 143087, приоритет от 17.03.1995 г., **«VICTORINOX»** (3) по международной регистрации № 763828, приоритет от 21.06.2001 г. У данной серии товарных знаков узнаваемость сформирована вокруг словесного элемента «VICTORINOX»;
- потребитель воспринимает не фирменный стиль обозначения, а его фонетическую узнаваемость за товарами определенного вида;
- при обозрении Интернет-ресурсов, например, при запросе в поисковой строке слова «VICTORINOX», можно увидеть, что все ссылки приводят именно к изделиям правообладателя (скриншоты приведены). По многочисленным отзывам потребителей можно увидеть узнаваемость бренда;
- товары «VICTORINOX» стали узнаваемы потребителями и данное обозначение вызывает ассоциации с известными швейцарскими ножами, что делает этот товарный знак уникальным;
- при осуществлении выбора потребителями товаров с обозначением «VICTORINOX» или же осуществлением услуг с обозначением «VICTORINOX», сходным до степени смешения с серией товарных знаков (1-3), данное обозначение может ввести в заблуждение потребителей;
- к обстоятельствам, усиливающим сходство товарных знаков следует относить высокую репутацию товарного знака с более ранним приоритетом на рынке, а также наличие серии (линейки) зарегистрированных товарных знаков, сходных с охраняемым товарным знаком с более ранним приоритетом того же лица (анализ судебной практики приведен);
- известность товарного знака «VICTORINOX» усиливает риск того, что спорное обозначение будет воспринято как принадлежащее одному и тому же лицу;
- оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки (1-3) обладают высокой степенью фонетического сходства (совпадение состава гласных и согласных звуков, идентичный ритм, ударение и т.п.). Словесные элементы являются

фантазийными; самостоятельного значения не имеют. Потребитель воспринимает обозначение «VICTORINOX» только как указание на известный бренд;

- коммерческие услуги по продаже (продвижению) неразрывно связаны с реализуемыми товарами: совпадают каналы сбыта, целевая аудитория и точки контакта. Средний потребитель ожидает, что услуги под знаком «VICTORINOX» оказываются производителем или его официальным дилером. Услуги 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака являются однородными по отношению к товарам 08 (ножи и т.п.), 14 (часы), 18 (чемоданы и т.п.), 25 (одежда и т.п.) классов МКТУ противопоставленных товарных знаков (1-3).

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 999377 в отношении всех услуг 35 класса МКТУ.

В подтверждение своих доводов лицо, подавшее возражение, представило сведения из открытых реестров <http://www1.fips.ru> и переводчике – (4).

Правообладатель оспариваемого товарного знака был в установленном порядке извещен о поступившем возражении и представил мотивированный отзыв. Основные доводы отзыва сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак соответствует требованиям пунктов 3 (1), 6 (2) статьи 1483 Кодекса;
- правообладатель оспаривает однородность сопоставляемых услуг 35 класса МКТУ и товаров 08, 09, 14, 18, 21 и 25 классов МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана противопоставленным товарным знакам (1-3);
- реализация товаров его производителем услугой не считается, поскольку оказывается не в интересах третьих лиц, а в интересах непосредственно производителя товаров;
- услуги по реализации конкретных товаров могут быть признаны однородными этим товарам. Услуги без таких уточнений, по общему правилу, однородными товарам не являются (судебная практика приведена);
- услуги 35 класса МКТУ оспариваемого товарного знака «VICTORINOX» не конкретизированы ассортиментом товаров;

- правовая охрана противопоставленного товарного знака по свидетельству № 143087 (2) прекращена в связи с истечением срока действия исключительного права;
- степень сходства сравниваемых обозначений не может оказывать влияние на оценку однородности сравниваемых товаров и услуг;
- даже в случае установления сходства между товарными знаками лица, подавшего возражения, и оспариваемым товарным знаком «VICTORINOX», вероятность смешения данных товарных знаков отсутствует, в связи с отсутствием однородности между индивидуализируемыми ими товарами и услугами;
- совокупность представленных лицом, подавшим возражение, сведений не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товаров. "Victorinox AG" не представило каких-либо доказательств того, что в ходе длительного и интенсивного использования им товарных знаков они стали широко известны рядовому российскому потребителю. Само же по себе наличие в сети «Интернет» незначительного объема информации не свидетельствует об известности российскому потребителю какого-либо обозначения. Указанные товарные знаки в глазах потребителей не обладают стойкой ассоциативной связью с "Victorinox AG".

В свете изложенного правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству № 999377 просит отказать в удовлетворении поступившего возражения и сохранить его правовую охрану.

Лицо, подавшее возражение, было ознакомлено с отзывом и представило свои комментарии, основные доводы которых сводятся к следующему. Спор должен решаться не по формальному номеру класса МКТУ и не по отвлеченному толкованию понятия услуги, а по реальному потребительскому восприятию и по рыночной связи между товарами и услугами. Сравнимые знаки тождественны и речь идет об использовании тождественного словесного обозначения. Доводы отзыва об отсутствии однородности основаны на неправильных критериях. Когда зарегистрированы услуги по оптовой или розничной продаже товаров, услуги магазинов по продаже товаров, демонстрация товаров, презентация товаров на всех медиа-средствах с целью розничной продажи, продвижение продаж товаров, это не

сужает, а максимально расширяет конфликтный охват. По самой своей природе такой перечень включает продажу и продвижение товаров «Victorinox». Перечень услуг 35 класса МКТУ по спорной регистрации именно таким широким и является. Услуги 35 класса МКТУ функционально и коммерчески связаны с товарами «Victorinox». Товары «Victorinox» - ножи, мультитулы, часы, багаж, сумки, кошельки, аксессуары и иные товары - естественным образом реализуются через магазины, Интернет-площадки, дистрибьюторов, а также продвигаются и демонстрируются в маркетинговых и розничных каналах. Спорная регистрация охватывает именно такие услуги: продажу, розничную и оптовую реализацию, презентацию, демонстрацию, продвижение, поиск клиентов, деловую информацию о товарах. На сайте vixrussia.ru обозначение «VICTORINOX» используется применительно к продаже в Российской Федерации ножей, часов, мультитулов, рюкзаков, чемоданов, сумок, кошельков и аксессуаров; на сайте представлены соответствующие товарные категории и заявлена доставка по России. На сайте vx.com.ru он позиционируется как авторизованный Интернет-магазин «Victorinox» в России, указывает широкий каталог товаров «Victorinox» и сообщает о реализации оригинальной продукции в Российской Федерации, доставке по регионам, работе с юридическими лицами, дистрибьюторами и рекламными агентствами. Российский сайт «Консул» предлагает часы «Victorinox» и указывает на наличие магазинов в России. По пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса правообладателем завышен стандарт доказывания. Серия более ранних знаков «Victorinox» сама по себе усиливает риск смешения.

В дополнениях от 13.05.2026 г., 18.05.2026 г. лицо, подавшее возражение, представило следующие доводы;

- существенным обстоятельством является то, как средний российский потребитель воспримет обозначение «Victorinox» в отношении услуг по продаже, демонстрации, презентации, продвижению товаров и предоставлению коммерческой информации о товарах. Такое обозначение будет восприниматься не как нейтральное наименование торговых услуг, а как указание на официальный, авторизованный или иной связанный с «Victorinox» канал реализации продукции. Именно это обстоятельство образует риск смешения по пункту 6 (2) статьи 1483 Кодекса и дополнительно

подтверждает способность спорного обозначения вводить потребителя в заблуждение по пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса;

- отсутствие производства у правообладателя спорного знака не устраняет риск смешения. Потребитель сочтёт спорные услуги 35 класса МКТУ официальным магазином, авторизованным продавцом, официальным дилером, дистрибьютором или иным каналом продаж, связанным с «Victorinox AG». Смешение включает риск ложного представления об аффилированности. Спорное обозначение способно породить у потребителя не просто ассоциацию с товарами «Victorinox», а ошибочное представление об официальном характере соответствующего торгового канала;

- в настоящем деле оспариваемые услуги 35 класса МКТУ непосредственно связаны с оборотом товаров: они охватывают продажу, демонстрацию, презентацию, продвижение и предоставление коммерческой информации о товарах. Отсутствие ассортиментной конкретизации не устраняет риск смешения;

- в российском сегменте сети Интернет обозначение «Victorinox» используется применительно к магазинам и каналам продаж продукции «Victorinox». В частности, соответствующие ресурсы позиционируются как официальный магазин, авторизованный Интернет-магазин или официальный дилер «Victorinox» в России. При этом приведены сведения о доставке по Российской Федерации, адреса, контакты для розничных покупателей и юридических лиц, а также предлагаются товарные категории, традиционно связанные с «Victorinox»: ножи, мультитулы, кухонные ножи, часы, рюкзаки, чемоданы, сумки, кошельки и аксессуары;

- довод правообладателя о том, что ему неизвестны магазины «Victorinox» в Российской Федерации, не имеет правового значения;

- спорное обозначение сообщает потребителю ложную информацию об официальной или иной коммерческой связи услуг 35 класса МКТУ с производителем товаров «Victorinox». Потребитель будет воспринимать услуги по продаже, демонстрации, презентации и продвижению товаров под обозначением «Victorinox» как услуги самого «Victorinox AG» либо официального или авторизованного продавца продукции «Victorinox»;

- российский рынок знает «Victorinox» как обозначение товаров и каналов их реализации;

- доводы правообладателя не опровергают риск смешения и введения потребителя в заблуждение;
- регистрация оспариваемого знака в отношении услуг 35 класса МКТУ не является нейтральной регистрацией торговых услуг. В силу тождества обозначения, характера самих услуг и существующего российского коммерческого контекста она будет восприниматься потребителем как указание на официальный, авторизованный или иной связанный канал реализации товаров «Victorinox».

В подтверждение своих доводов лицом, подавшим возражение, представлены скриншоты сети Интернет-сайтов: vixrussia.ru, vixrussia.ru/contacts-opt, vx.com.ru, vx.com.ru/personality, vx-swiss.ru, vx-swiss.ru/contacts – (5).

От правообладателя представлены 15.05.2026 г. дополнения к отзыву, основные доводы которых сводятся к следующему:

- доводы о риске смешения не подтверждены документально;
- представленные скриншоты сети Интернет не являются допустимыми доказательствами, поскольку не содержат дату и время их получения;
- сам по себе факт размещения в сети Интернет информации о ножках не подтверждает наличие у российского потребителя стойкой ассоциативной связи между конкретным товаром, маркированным оспариваемым обозначением, и лицом, подавшим возражение;
- представленные скриншоты могут свидетельствовать лишь о наличии в сети Интернет отдельных информационных материалов, посвященных ножкам;
- из представленных лицом, подавшим возражение, скриншотов не следует использование оспариваемого товарного знака непосредственно на товарах, в том числе на ножках либо иной ножевой продукции;
- даже если потребители действительно используют эти ножи, их ассоциативная связь может складываться с дизайном ножей, в том числе с красным цветом и указанием швейцарского флага на них, но не со словом «Victorinox», поскольку указанным словесным элементом такие ножи не маркируются;
- возникновение у потребителей тех или иных ассоциативных связей не может быть констатировано только лишь на том основании, что какая-либо информация внесена неизвестным лицом на сайт в сети «Интернет», без анализа длительности

размещения такой информации в сети Интернет, количестве её просмотров, цитирований и т.д.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, поступившего 06.10.2025, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (05.09.2023) оспариваемого товарного знака по свидетельству № 999377 правовая база для оценки его охраноспособности включает 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 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.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором

Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно требованиям пункта 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Оспариваемый товарный знак «**VICTORINOX**» представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана оспариваемого товарного знака по свидетельству № 999377 предоставлена на территории Российской Федерации в отношении услуг 35 класса МКТУ *«демонстрация товаров; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; поиск клиентов для третьих лиц; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги по оптовой или розничной продаже товаров; услуги магазинов по оптовой или розничной продаже товаров; услуги оптовой и розничной продажи товаров, в том числе через Интернет»*. Срок действия регистрации до 05.09.2033 г.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом. Лицом, заинтересованным в прекращении правовой охраны товарного знака, может быть признано лицо, чьи права и законные интересы затрагиваются фактом наличия правовой охраны соответствующего товарного знака. Из материалов дела усматривается, что лицо, подавшее возражение,

VICTORINOSH

является правообладателем товарных знаков: «**ВИКТОРИНОЖ**» (1) по свидетельству

№ 189711, приоритет от 13.07.1998 г., «**VICTORINOX**» (2) по свидетельству № 143087, приоритет от 17.03.1995 г., «**VICTORINOX**» (3) по международной регистрации № 763828, приоритет от 21.06.2001 г. Также в материалах дела имеются сведения о присутствии на рынке Российской Федерации товаров, маркируемых обозначением «Victorinox». Таким образом, лицо, подавшее возражение, является заинтересованным в подаче настоящего возражения в отношении оспариваемых услуг 35 класса МКТУ по указанным в возражении основаниям.

Согласно подпункту 2 пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение пяти лет со дня публикации сведений о государственной регистрации товарного знака в официальном бюллетене (статья 1506), если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением пунктов 6, 7 и 10 статьи 1483 настоящего Кодекса. Публикация сведений о предоставлении правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 999377 в отношении услуг, указанных в перечне свидетельства, была осуществлена 07.02.2024 г. Подача возражения произведена 06.10.2025 г. с соблюдением пятилетнего срока со дня публикации сведений о предоставлении правовой охраны оспариваемому товарному знаку на территории Российской Федерации в официальном бюллетене.

В отношении несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

VICTORINOSH

Противопоставленный товарный знак «**ВИКТОРИНОЖ**» (1) по свидетельству № 189711, приоритет от 13.07.1998 г. (срок действия регистрации продлен до 13.07.2028 г.) является словесным, выполнен заглавными буквами русского и латинского алфавитов на двух строках. Правовая охрана знаку (1) предоставлена на территории Российской Федерации в отношении товаров 08 класса МКТУ *«ручные орудия и инструменты, включая камни и инструменты для заточки; ножевые изделия, включённые в 08 класс, в том числе карманные и перочинные ножи, фальцующие ножи (ручные инструменты); лезвия (ручные инструменты); ножи и вилки для домашнего и профессионального пользования; ложки; бритвы; холодное оружие»* и 14 класса МКТУ *«часы, часовые механизмы, часовые и*

хронометрические приборы и инструменты, включенные в 14 класс», указанных в свидетельстве.

Противопоставленный товарный знак «**VICTORINOX**» (2) по свидетельству № 143087, приоритет от 17.03.1995 г. (срок действия регистрации был продлен до 17.03.2025 г.) является словесным и выполнен заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку (2) была предоставлена на территории Российской Федерации в отношении товаров 14 класса МКТУ «*часы и прочие хронометрические приборы*», указанных в свидетельстве.

Согласно данным Госреестра правовая охрана товарного знака (2) была прекращена 17.03.2025 г. в связи с истечением срока действия исключительного права на товарный знак, о чем имеется запись в Госреестре от 14.11.2025 г. Правовая охрана товарного знака (2) не действовала на дату подачи настоящего возражения и принятии его к рассмотрению. В связи с указанным обстоятельством товарный знак (2) не может быть противопоставлен оспариваемому товарному знаку.

Противопоставленный знак «**VICTORINOX**» (3) по международной регистрации № 763828, приоритет от 21.06.2001 г. (срок действия регистрации до 21.06.2031 г.) является словесным и выполнен заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку (3) была предоставлена на территории Российской Федерации в отношении товаров 08 класса МКТУ «*hand-operated hand tools and implements; cutlery, forks and spoons; side arms, other than firearms; razors; leather sheaths for knives*» («ручные инструменты и приспособления; столовые приборы, вилки и ложки; ручное оружие, кроме огнестрельного; бритвы; кожаные ножны для ножей»), товаров 09 класса МКТУ «*electric, electronic, photographic, surveying, cinematographic, optical, weighing, measuring, signaling, monitoring emergency and teaching apparatus and instruments; apparatus for recording, transmitting and reproducing sound and images; magnetic recording media; telephone apparatus, including mobile telephone apparatus; calculating machines, data processing and computer equipment; spare parts for all the aforesaid products*» («электрические, электронные, фотографические, геодезические, кинематографические, оптические, измерительные, сигнальные, аварийные и учебные устройства и приборы; устройства для записи, передачи и воспроизведения звука и изображений;

магнитные носители записи; телефонная аппаратура, включая мобильную телефонную аппаратуру; вычислительные машины, средства обработки данных и компьютерное оборудование; запасные части для всех вышеупомянутых продуктов»), товаров 14 класса МКТУ «precious metals and their alloys and goods made of these materials or coated therewith not included in other classes; jewelry, precious stones; timepieces and chronometric instruments» («драгоценные металлы и их сплавы, а также изделия, изготовленные из них или покрытые из них, не включенные в другие классы; ювелирные изделия, драгоценные камни; часы и хронометрические инструменты»), товаров 18 класса МКТУ «leather and imitation leather, goods made thereof not included in other classes; trunks and travelling bags; beach bags, camping bags, shopping bags, handbags, traveling bags, school bags; rucksacks; umbrellas, parasols and walking sticks» («кожа и искусственная кожа, изделия из них, не включенные в другие категории; чемоданы и дорожные сумки; пляжные сумки, походные сумки, сумки для покупок, дамские сумки, дорожные сумки, школьные сумки; рюкзаки; зонты, солнцезащитные зонты и трости»), товаров 21 класса МКТУ «household or kitchen utensils and containers (neither of precious metals, nor coated therewith); jugs and bowls, not of precious metal; glassware, porcelain and earthenware not included in other classes» («бытовая или кухонная утварь и посуда (ни из драгоценных металлов, ни с покрытием из них); кувшины и миски, не из драгоценных металлов; стеклянная, фарфоровая и фаянсовая посуда, не включенная в другие классы»), товаров 25 класса МКТУ «clothing, including sportswear, footwear, including sports shoes, headgear» («одежда, включая спортивную одежду, обувь, в том числе спортивную обувь, головные уборы»).

Сравнительный анализ сходства оспариваемого товарного знака и противопоставленных товарных знаков (1, 3) показал следующее.

Оспариваемый знак «VICTORINOX» и противопоставленный знак «VICTORINOX» (3) являются фонетически тождественными. Оспариваемый знак «VICTORINOX» и противопоставленный знак «VICTORINOSH ВИКТОРИНОЖ» (1) являются фонетически сходными, поскольку имеют тождественный состав гласных и согласных звуков «VICTORINO- / ВИКТОРИНО-», расположенных в одинаковом порядке. Знаки «VICTORINOX» и «VICTORINOSH ВИКТОРИНОЖ»

(1) отличаются только произношением окончания, которое теряется в потоке речи и не приводит к качественно иному звуковому ряду.

Оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки (1, 3) не обладают смысловым значением, что не позволяет провести анализ по семантическому критерию сходства словесных обозначений.

Визуально сравниваемые знаки (1) и (1, 3) производят общее зрительное впечатление, обусловленное использованием при их написании букв латинского алфавита и стандартного шрифта.

Проведенный анализ позволяет коллегии сделать вывод о сходстве до степени смешения оспариваемого товарного знака и противопоставленных товарных знаков (1, 3) на основании вышеприведенных критериев сходства.

Указанное обуславливает ассоциирование сравниваемых товарных знаков друг с другом в целом, что свидетельствует об их сходстве.

При определении вероятности смешения также могут учитываться представленные лицами, участвующими в деле, доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации"). Лицом, подавшим возражение, представлены скриншоты сети Интернет vixrussia.ru, vixrussia.ru/contacts-opt, vx.com.ru, vx.com.ru/personality, vx-swiss.ru, vx-swiss.ru/contacts (5), свидетельствующие о присутствии на российском рынке его продукции (ножи, мультитулы, мультиинструменты), маркируемой обозначением «VICTORINOX», которое является тождественным оспариваемому товарному знаку. В возражении также приведены скриншоты сети Интернет о лице, подавшем возражение, его продукции и обозначении «VICTORINOX». «VICTORINOX» - швейцарская компания, производитель швейцарских армейских и других ножей, часов, столовых приборов. Дата основания – 1884 г. Количество сотрудников – 2100 на 2019 г. Сайт – victorinox.com. Страна производства – Швейцария. Из отзывов потребителей (сайты: <https://www.dns-shop.ru>, <https://irecommend.ru>) следует, что российские потребители приобретали ножи «VICTORINOX» (ВИКТОРИНОКС) известной швейцарской компании, в том числе до даты приоритета оспариваемого товарного знака.

Указанные обстоятельства усиливают вероятность смешения сравниваемых товарных знаков.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ *«демонстрация товаров; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; поиск клиентов для третьих лиц; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; услуги по оптовой или розничной продаже товаров; услуги магазинов по оптовой или розничной продаже товаров; услуги оптовой и розничной продажи товаров, в том числе через Интернет»* связаны с реализацией, продажами, рекламой, продвижением товаров и услуг на рынке. Следовательно, указанные оспариваемые услуги 35 класса МКТУ имеют общее назначение и круг потребителей, совместно встречаются в гражданском обороте, то есть сопутствуют вышеуказанным товарам 08, 09, 14, 18, 21, 25 классов МКТУ противопоставленных знаков (1, 3), что свидетельствует об их однородности и предопределяет возможность возникновения у потребителя представления о том, что указанные услуги 35 класса МКТУ могут оказываться одним лицом, то есть происходить из одного источника.

Оспариваемые услуги 35 класса МКТУ *«услуги субподрядные [коммерческая помощь]»* направлены на помощь и поддержку, оказываемую другим организациям или лицам в рамках коммерческой деятельности. Указанные услуги 35 класса МКТУ имеют иной род и назначение, другой круг потребителей и не могут быть признаны однородными по отношению к товарам 08, 09, 14, 18, 21, 25 классов МКТУ противопоставленных знаков (1, 3). Иного материалами возражения не доказано.

Следует отметить, что вероятность смешения сравниваемых знаков определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг. При этом смешение возможно при низкой степени сходства и идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров и тождестве (или высокой степени сходства) обозначений. См. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019

№ 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации».

Высокая степень сходства сопоставляемых товарных знаков компенсирует низкую степень однородности вышеуказанных сравниваемых товаров и услуг и определяет вероятность их смешения. Вместе с тем, для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения противопоставленных знаков (1, 3) и спорного знака обычными потребителями соответствующих товаров и услуг.

Поскольку разъяснения, изложенные в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», применяются, в том числе, в отношении пункта 6 статьи 1483 Кодекса, то коллегией приняты во внимание обстоятельства, увеличивающие угрозу смешения, к которым относится факт противопоставления товарных знаков (1, 3), в основе которых лежат элементы «VICTORINOX», «VICTORINOSH ВИКТОРИНОЖ». При наличии вышеуказанных обстоятельств вывод о сходстве сравниваемых обозначений и об однородности вышеуказанных товаров и услуг, является достаточным основанием для вывода о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса. Вместе с тем, у коллегии нет оснований считать, что противопоставленные товарные знаки (1-3) образуют серию, поскольку противопоставленный знак (2) не действует, что исключает его противопоставление оспариваемому знаку.

Изложенное выше позволяет коллегии признать утверждение лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака по свидетельству № 999377 положениям, предусмотренным пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса, правомерным в отношении вышеуказанной части услуг 35 класса МКТУ.

В отношении довода о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Представляется, что вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно производителя товаров, может быть сделан в том случае, если однородные товары иного лица, маркированные спорным обозначением, ранее

присутствовали в гражданском обороте, и у потребителя сложилась устойчивая ассоциативная связь данных товаров, сопровождаемых оспариваемым товарным знаком, с этим лицом.

Сам по себе факт использования обозначения до даты подачи заявки на товарный знак иным производителем не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товаров. С учетом изложенного, для вывода о возможности введения потребителей в заблуждение через ассоциацию с иным лицом, производящим товары, основанную на предшествующем опыте, необходимо наличие доказательств, подтверждающих: 1) введение в гражданский оборот товаров со сходным обозначением иным производителем; 2) возникновение (и сохранение) у потребителей стойкой ассоциативной связи между самим товаром и его предшествующим производителем.

Оспариваемый товарный знак ложной информации относительно товаров, либо их производителя, не несёт.

Из материалов возражения усматривается использование обозначения «VICTORINOX» в качестве средства индивидуализации ножей, мультитулов. Об указанном свидетельствуют скриншоты сайтов сети Интернет: <https://www.dns-shop.ru>, <https://irecommend.ru> в возражении и распечатки Интернет-сайтов vixrussia.ru, vixrussia.ru/contacts-opt, vx.com.ru, vx.com.ru/personality, vx-swiss.ru, vx-swiss.ru/contacts (5).

Вместе с тем, документов в отношении интенсивной рекламы в наиболее распространенных СМИ на территории Российской Федерации, социологических исследований по восприятию оспариваемого товарного знака российскими потребителями не представлено.

Таким образом, в отсутствие иных фактических доказательств, из имеющихся в деле материалов не представляется возможным прийти к выводу, что у потребителя сложилась устойчивая ассоциативная связь спорных услуг 35 класса МКТУ исключительно с лицом, подавшим возражение.

На основании вышеизложенных доводов, не представляется возможным прийти к выводу, что оспариваемый товарный знак вызывает в сознании потребителя

неправильное представление о лице, оказывающем услуги 35 классов МКТУ, либо о самих услугах не соответствующее действительности.

Таким образом, довод лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака в отношении услуг 35 класса МКТУ нормам, установленным пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса, является недоказанным.

Доводы отзыва сводятся к недоказанности возражением несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пунктов 3 (1) и 6 (2) статьи 1483 Кодекса. Правовой анализ имеющихся в деле источников приведен выше. Каких-либо фактических доказательств правообладателем не представлено. Отзывом проанализированные выше источники возражения никоим образом не опровергнуты.

Представленная судебная практика не имеет преюдициального значения для рассмотрения настоящего возражения.

Доводы обращения правообладателя от 16.07.2026 г. по своей сути повторяют доводы отзыва, оценка которому дана выше. Таким образом, обращение от 16.07.2026 г. не приводит к иным выводам коллегии.

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

удовлетворить возражение, поступившее 06.10.2025, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 999377 недействительным частично, а именно, в отношении услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; индексация сайта в поисковых системах в коммерческих или рекламных целях; поиск клиентов для третьих лиц; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; услуги по оптовой или розничной продаже товаров; услуги магазинов по оптовой или розничной продаже товаров; услуги оптовой и розничной продажи товаров, в том числе через Интернет».