

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения

Коллегия в порядке, установленном частью IV 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) (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 20.07.2021 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражение, поданное компаниями «Хайскрин Лимитед (Лимитед Лиабилити Компани)», Гонконг, ООО «ХАЙСКРИН СМАРТ», Москва (далее – лица, подавшие возражение) против предоставления правовой охраны общеизвестному в Российской Федерации товарному знаку (свидетельство № 158), при этом установила следующее.

HIGHSCREEN

Общеизвестный товарный знак «» был внесен в Перечень общеизвестных в Российской Федерации товарных знаков по решению Роспатента о признании товарного знака общеизвестным в Российской Федерации от 20.11.2015. Правовая охрана предоставлена с 01.10.2014 на имя ООО «ВОБИС Компьютер», Москва (далее – правообладатель), в отношении товаров 09 класса МКТУ: «мобильные телефоны (смартфоны)».

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 20.07.2021, выражено мнение о том, что правовая

охрана признанному общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком (свидетельство № 158) обозначению была предоставлена в нарушение требований, установленных пунктом 3 статьи 1512 и пунктом 1 статьи 1508 Кодекса.

Возражение мотивировано следующими доводами:

- ранее представленные документы (учредительные документы ООО «ВОБИС Компьютер», копия устава ООО «ВОБИС Компьютер», 2010 г., копия свидетельства о внесении записи в ЕГРЮЛ, выписки из ЕГРЮЛ, копия свидетельства о постановке на учет российской организации в налоговом органе, копия информационного письма об учете в Статрегистре Росстата, копия договора о покупке доли участия в ООО «ВОБИС Компьютер», заключенного между PC TRADE Ltd и Europe International Holding Limited от 08.12.2005 г., копии свидетельств на товарные знаки № 195846, № 195847, № 335670, № 335671 и международной регистрации № 541752 D, информационные письма от федеральных розничных сетей, занимающихся распространением продукции под обозначением «HIGHSCREEN» (ООО «Интернет Решения», ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ», ООО «Цифровой мир», компания «Восток Компьютер», копии договоров поставки продукции, маркированной обозначением «HIGHSCREEN» (№ 00579/07 от 05 июня 2007 г., № 001КЛ/08 от 01.01.2008 г., № 80074/08 от 18.08.2008 г., № 02/11/10 от 01.11.2010 г., № КЛ80140/11 от 24.01.2011 г., информационное письмо ООО «ВОБИС Компьютер», содержащее сведения об объемах продаж, регионах распространения продукции, рекламном бюджете компании, сведения о продукции, маркированной товарным знаком «HIGHSCREEN» (по данным портала Google Maps на 10.10.2014 г., копии договоров о заказе услуг по изготовлению и размещению рекламы продукции в СМИ, на радио, маркированной обозначением «HIGHSCREEN» (№70/023 от 23.02.2011, №4/13-РТ-МСК от 06.02.2013, №05-13 от 02.04.2013, № 495/903-200 от 09.04.2014), рейтинги самых цитируемых СМИ за 2014 год, подготовленные Информационно-аналитической системой Медиалогия; аналитический отчет о «Характере известности товарного знака «HIGHSCREEN», использующегося для маркировки смартфонов/мобильных телефонов и видеорегистраторов», подготовленный Социологическим факультетом МГУ им. М.В. Ломоносова,

распечатки статей о продукции, маркированной обозначением HIGHSCREEN, опубликованных в печатных изданиях за 2009-2011, 2013, 2014 гг., распечатки публикации статей о продукции, маркированной обозначением HIGHSCREEN, в сети Интернет, исследование рынка видеорегистраторов за 2013 г., подготовленное аналитическим центром SmartMarketing (распечатка с сайта www.smartmarketing.ru), исследование рынка смартфонов за 2010 г., подготовленное аналитическим центром SmartMarketing (распечатка с сайта www.smartmarketing.ru), аналитические данные рынка смартфонов, подготовленные информационной группой группой REGNUM за 2010 (распечатка с сайта www.regnum.ru), распечатки из сети Интернет, содержащие сведения о продукции, маркированной обозначением «HIGHSCREEN», распечатки сайта <http://highscreen.org/>, содержащие сведения о ООО «Вобис Компьютер» и выпускаемой продукции, распечатки с сайта Интернет-магазина <http://shop.highscreen.org/>, информация о доменных имен highscreen.org, highscreen.ru; копии договоров о сотрудничестве, заключенных между «Europe International Holding Limited» и компаниями «Maysun Info Technology Company Limited»; «G-SOL Technology Co., Ltd., JSR LIMITED», за 2012 г. и приложения к ним; копия эксклюзивного соглашения, заключенного между «Europe International Holding Limited и RAYEE TECH LTD», от 06.06.2013 г. и приложение к нему; копии договоров о сотрудничестве, заключенных между «Europe International Holding Limited» и компаниями «СК Telecom Limited, Dewav (HK) Electronics Limited», за 2014 г. и приложения к ним; копия договора №70/023 от 23.02.2011 г., заключенного между ООО «ВОБИС Компьютер» и ООО «РПК» (по размещению рекламной информации в Московском метрополитене, на улицах городов РФ, на наземном городском транспорте) и приложения к нему; копия договора № МС-К-02/02-10 3/Г от 02.02.2010 г., заключенного между ООО «ВОБИС Компьютер» и ООО «РАДИО АЛЬЯНС» (по размещению рекламных материалов в эфире радиопрограмм) и приложения к нему; копия договора № АСК-ВВК 1108-2010 от 08.11.2010 г., заключенного между ООО «ВОБИС Компьютер» и ООО «АСК Маркетинг» (по размещению рекламных материалов в эфире радиоканала «Радио 7» в Нижнем Новгороде) и приложения к нему; копия договора № МК-ВБ 04-05-10 от

01.05.2010 г., заключенного между ООО «ВОБИС Компьютер» и ООО «МедиаКом» (по размещению рекламных материалов в эфире радиоканала «Радио 7» в Нижнем Новгороде) и приложения к нему; копия договора № 236/КВ от 02.11.2009 г., заключенного между ООО «ВОБИС Компьютер» и ООО «Арт Стилъ Полиграфия» (по разработке и изготовлению полиграфической продукции) и приложения к нему; копия договора № 18-08 от 18.08.2010 г., заключенного между ООО «ВОБИС Компьютер» и ООО «Фаворит-Гранд» (по разработке и изготовлению полиграфической, сувенирной продукции) и приложения к нему; копия договора № 34 от 19.08.2010 г., заключенного между ООО «ВОБИС Компьютер» и ООО «Премииум Принт» (по разработке и изготовлению полиграфической, сувенирной продукции) и приложения к нему; копия договора № МП-11-029 от 12.05.2011, заключенного между ООО «ВОБИС Компьютер» и ООО «Фаворит-Гранд» (по разработке и изготовлению полиграфической продукции); рекламные материалы (фотографии, буклет, DVD-диск); упаковки и образцы продукции, маркированные обозначением «HIGHSCREEN»; информационное письмо ООО «ВОБИС Компьютер», содержащее сведения об объемах продаж продукции, маркированной обозначением «HIGHSCREEN»; информационное письмо «Europe International Holding Limited»; копии деклараций на товары; копия договора о сотрудничестве, заключенного между «Europe International Holding Limited» и «Beijing Benywave Technology Co., Ltd.» от 13.02.2013 и приложения к нему; копия письма о полномочиях между «Europe International Holding Limited» и «Шенжен Коонлунг Электроник Ко., Лтд.»; пояснения, относительно договоров о сотрудничестве) не подтверждают обстоятельства, связанные с общеизвестностью обозначения «HIGHSCREEN» в отношении товаров 09 класса МКТУ «мобильные телефоны (смартфоны)»;

- лицо, подавшее возражение («Хайскрин Лимитед (Лимитед Лиабилити Компани)»), является заинтересованным лицом, поскольку является правообладателем товарных знаков, действующих в отношении товаров 09 класса МКТУ: «HIGHSCREEN» по международной регистрации № 541752D, приоритет от 28.07.1989, «HIGHSCREEN» по международной регистрации № 1233517, приоритет от 12.08.2014,

«HIGHSCREEN» по международной регистрации № 1250394, приоритет от 13.01.2015, «HIGHSCREEN» по международной регистрации № 1257712, приоритет



от 12.03.2015, HighScreen по свидетельству № 775915, приоритет от 16.12.2019;

- компания «ХАЙСКРИН ЛИМИТЕД» совместно с компанией «ЮРОП ИНТЕРНЕШНЛ ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД» (Гонконг, Китай) являлись непосредственными изготовителями и сопроизводителями смартфонов/коммуникаторов под товарным знаком «Highscreen» и аксессуаров к ним, а также являлись поставщиком данных товаров в ООО «ВОБИС Компьютер» до конца 2016 г.;

- правообладатель ООО «ВОБИС Компьютер» находится в состоянии банкротства;

- по делу № А40-61245/20 ООО «ВОБИС Компьютер» к ООО «Хайскрин Смарт» (ОГРН 5077746257530, ИНН 7701708757), 3-е лица: 1) Highscreen International SA (Хайскрин Интернешнл СА), 2) HIGHSCREEN LIMITED (ХАЙСКРИН ЛИМИТЕД) был заявлен иск о защите прав на товарные знаки, включая общеизвестный товарный знак по свидетельству № 158, и взыскании компенсации в размере 80.003.049,50 рублей. В удовлетворении требования ООО «Вобис Компьютер» было отказано, в настоящее время – кассационная инстанция;

- правообладатель оспариваемого общеизвестного товарного знака по свидетельству № 158 препятствует правомерному использованию лицами, подавшими возражение, собственных товарных знаков «Highscreen»;

- наличие спора между сторонами обосновывает заинтересованность лиц, подавших возражение, в подаче настоящего возражения;

- в материалах дела отсутствуют доказательства известности потребителям правообладателя как источника происхождения товаров «Highscreen». В соответствии с результатами Опроса Соцфака МГУ товарный знак «HIGHSCREEN» знают 51,8% в целом и 91,5% среди назвавших какую-либо компанию по отношению к компании, являющейся изготовителем смартфонов/мобильных телефонов, маркируемых товарным знаком «HIGHSCREEN» - «Вобис Компьютер». При этом 60,7 % в целом и 95,6% среди назвавших какую-либо страну считают, что

источником происхождения товаров «HIGHSCREEN» является Россия. Указанные данные являются недостоверными. Так, согласно «Отчету аналитического центра ЛЕВАДА» качество данных, полученных в ходе проанализированного опроса Соцфака МГУ, не соответствует ни исследовательским целям, ни профессиональным нормам. Так, установлено отсутствие должного отбора респондентов, использование опросного инструментария с серьёзными методологическими и содержательными нарушениями и несоответствиями;

- согласно Отчету лаборатории РАН, отвечая на ретроспективный вопрос, заданный в связи с датой 01.10.2014, лишь 13% опрошенных посчитали, что словесное обозначение «Highscreen» на тот момент было им известно. Всего 5 % опрошенных, давших ответ на вопрос без подсказки («если бы в 2014 году в любой из дней, например, 01 октября Вас спросили: «Какие товары маркируются данным обозначением (словесное обозначение «Highscreen»)?», что бы Вы ответили?»), верно ассоциировали тестируемое обозначение с такими товарами, как «смартфоны и мобильные телефоны». Подавляющее большинство опрошенных 91 %, если бы их спросили об этом 01.10.2014, ответили бы, что не знают компанию - производителя товаров под тестируемым обозначением;

- в материалах дела отсутствуют данные относительно значительной доли товаров «Highscreen» на рынке смартфонов на дату признания обозначения общеизвестным;

- договоры поставок не подтверждают доведение товаров «Highscreen» до потребителя;

- в материалах дела отсутствуют данные об интенсивной рекламной кампании правообладателя;

- в рамках рассмотрения вопроса о заинтересованности необходимо учесть наличие у лиц, подавших возражение, фирменных наименований, сходных до степени смешения с оспариваемым товарным знаком. Также необходимо учесть наличие судебных дел № А40-67946/18, № А40-61245/2020, в которых лица, подавшие возражение, являются ответчиками и третьими лицами, и в которых имущественные требования связаны с обстоятельствами использования оспариваемого товарного знака (см. ходатайство, приобщенное к протоколу заседания коллегии);

- правообладатель в период с 2010 по 2017 гг. являлся лишь одним из официальных дистрибьюторов смартфонов/коммуникаторов и аксессуаров под товарным знаком «HIGHSCREEN» на территории Российской Федерации.

Лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании предоставления правовой охраны общеизвестному в Российской Федерации товарному знаку по свидетельству № 158 недействительным полностью.

В подтверждение своих доводов лицами, подавшими возражение, представлены следующие документы:

1. публикации в СМИ касательно доли товаров «HIGHSCREEN» на рынке смартфонов/мобильных телефонов в 2014 году и на дату подачи возражения: <https://www.vedomosti.ru/technoloRv/articles/2013/11/12/ rossiiskie- brendy – smartfonov - na rasch ivayut – dolyu - rynka>, <https://droidnews.ru/analitika-rvnka-prodazh-smartfonov- v-rossii-pokazala- sleduyuschie-rezultatv-pervoRO-kvartala-2021>, <https://candoru.ru/statistika-rossivskoRO-rynka-smartfonov-v-2021-i-kvartal/>;
2. отзыв на «Аналитический отчет о «Характере известности товарного знака HIGHSCREEN, использующегося для маркировки смартфонов/мобильных телефонов и видеорегистраторов», подготовленный Социологическим факультетом МГУ им. М.В. Ломоносова» от «ЛЕВАДА – ЦЕНТР» от 30.06.2021 г., отчет Федерального государственного бюджетного учреждения науки лаборатории социологической экспертизы Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской Академии Наук по результатам социологического опроса о характере известности обозначения «HIGHSCREEN» для смартфонов/мобильных телефонов;
3. судебные акты по делам № А40-67946/18, № А40-61245/2020.

Правообладатель оспариваемого общеизвестного товарного знака отзыв по мотивам возражения не представил и на заседании коллегии отсутствовал.

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

С учетом даты подачи заявления (10.10.2014) о признании общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации обозначения «HIGHSCREEN», правовая

база для оценки его охраноспособности включает в себя вышеуказанный Кодекс и Правила признания товарного знака общеизвестным в Российской Федерации, утвержденные Приказом Роспатента от 17 марта 2000 г. № 38, с изменениями и дополнениями, внесенными приказом Роспатента от 05.03.2004 № 33 (далее – Правила ОИ).

В соответствии с пунктом 3 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны общеизвестному товарному знаку путем его регистрации в Российской Федерации может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на этот товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пункта 1 статьи 1508 настоящего Кодекса.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1508 Кодекса по заявлению лица, считающего используемый им товарный знак или используемое в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации на основании его государственной регистрации или в соответствии с международным договором Российской Федерации, либо обозначение, используемое в качестве товарного знака, но не имеющее правовой охраны на территории Российской Федерации, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности могут быть признаны общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если этот товарный знак или это обозначение в результате интенсивного использования стали на указанную в заявлении дату широко известны в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя. Товарный знак и обозначение, используемое в качестве товарного знака, не могут быть признаны общеизвестными товарными знаками, если они стали широко известны после даты приоритета тождественного или сходного с ними до степени смешения товарного знака другого лица, который предназначен для использования в отношении однородных товаров. С учетом положения пункта 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям,

предусмотренным пунктом 3 статьи 1512 Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом.

Пункт 1.1 Правил ОИ устанавливает, что под общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком и знаком обслуживания понимается товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации на основании государственной регистрации, товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации без регистрации в силу международного договора Российской Федерации, а также обозначение, используемое в качестве товарного знака, но не имеющее правовой охраны на территории Российской Федерации, которые в результате интенсивного использования приобрели в Российской Федерации широкую известность среди соответствующих групп населения в отношении товаров определенного изготовителя. Согласно пункту 2.2 Правил ОИ фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака, которые должно содержать заявление и/или прилагаемые к нему материалы, могут быть представлены, например, следующими, содержащимися в соответствующих документах сведениями: об интенсивном использовании товарного знака, в частности, на территории Российской Федерации. При этом могут быть указаны: дата начала использования товарного знака, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака; объем реализации этих товаров; способы использования товарного знака; среднегодовое количество потребителей товара; положение изготовителя на рынке в определенном секторе экономики и т.п.; о странах, в которых товарный знак приобрел широкую известность; о произведенных затратах на рекламу товарного знака (например, годовые финансовые отчеты); о стоимости (ценности) товарного знака в соответствии с данными, содержащимися в годовых финансовых отчетах; о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака, проведенного специализированной независимой организацией с учетом рекомендаций, устанавливаемых Российским агентством по патентам и товарным знакам (далее - Роспатент). В случае необходимости у заявителя могут быть запрошены и иные сведения, подтверждающие общеизвестность в Российской

Федерации товарного знака. Согласно пункту 3.2 Правил ОИ, товарный знак не может быть признан общеизвестным в случае, если установлено, что представленные заявителем в соответствии с пунктом 2 Правил ОИ фактические материалы не подтверждают общеизвестность товарного знака заявителя с даты, указанной в заявлении.

Оспариваемый общеизвестный в Российской Федерации товарный знак

HIGHSCREEN

« » представляет собой слово «HIGHSCREEN», выполненное заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 09 класса МКТУ: «мобильные телефоны (смартфоны)». Оценка материалов дела позволяет установить, что лица, подавшие возражение, а именно, компания «Хайскрин Лимитед (Лимитед Лиабилити Компани)», Гонконг, ООО «ХАЙСКРИН СМАРТ», Москва являются заинтересованными в подаче настоящего возражения. Так, компания «Хайскрин Лимитед (Лимитед Лиабилити Компани)» является правообладателем товарных знаков «HIGHSCREEN»: по международной регистрации № 541752D, приоритет от 28.07.1989, по международной регистрации № 1233517, приоритет от 12.08.2014, по



международной регистрации № 1257712, **HighScreen** по свидетельству № 775915, приоритет от 16.12.2019 (товары 09 класса МКТУ). ООО «ХАЙСКРИН СМАРТ» являлось ответчиком в судебном разбирательстве относительно незаконного использования оспариваемого товарного знака по свидетельству № 158 (дело № А40-61245/20). Согласно Постановлению Суда по интеллектуальным правам от 09.08.2021 решение Арбитражного суда г. Москвы от 18.12.2020 по делу № А40-61245/2020 и постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 29.03.2021 оставлено без изменения, кассационная жалоба правообладателя - без удовлетворения. Судебными органами установлено, что товары были введены в

гражданский оборот на территории Российской Федерации непосредственно лицензиатом истца, с согласия обладателя прав на товарный знак. Также судебными органами рассматривается дело о признании недействительной сделкой лицензионный договор от 11.10.2017 (использование оспариваемого товарного знака), заключенный между «Хайскрин Лимитед» и ООО «ВОБИС Компьютер» (№ А40-67946/18). Наличие судебных споров свидетельствует о заинтересованности лиц, подавших возражение, в его подаче.

Рассматриваемое обозначение было признано общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком на основании решения Роспатента от 20.11.2015 (дата, с которой знак был признан общеизвестным – 01.10.2014). Решение о признании обозначения «HIGHSCREEN» общеизвестным товарным знаком было принято на основании: учредительных, уставных документов ООО «ВОБИС Компьютер», данных ЕГРЮЛ, информационного письма об учете в Статрегистре Росстата, договора о покупке доли участия, свидетельств на товарные знаки № 195846, № 195847, № 335670, № 335671 и международной регистрации № 541752 D, информационных писем об объемах продаж, федеральных розничных сетей, занимающихся распространением продукции под обозначением «HIGHSCREEN» договоров поставок продукции, регионах распространения продукции, рекламном бюджете, рейтингах СМИ, аналитическом отчете о «Характере известности товарного знака «HIGHSCREEN», использующегося для маркировки смартфонов/мобильных телефонов и видеорегистраторов» (МГУ им. М.В. Ломоносова), распечаток статей из печатных и Интернет-изданий, исследований рынка аналитического центра «SmartMarketing», группы «REGNUM» данных сети Интернет, в том числе доменных имен highscreen.org, highscreen.ru, договоров о сотрудничестве, рекламных договоров, рекламных материалов, упаковок и образцов продукции, информационных писем, пояснений, деклараций на товары. Анализ имеющихся в деле документов показал, что они не подтверждают общеизвестность товарного знака «HIGHSCREEN» с 01.10.2014 в силу следующего.

Правообладателем оспариваемого общеизвестного товарного знака не было представлено убедительных материалов, свидетельствующих об интенсивности использования известности обозначения «HIGHSCREEN» на территории Российской Федерации до 01.10.2014.

В соответствии с результатами опроса Соцфака МГУ товарный знак «HIGHSCREEN» знают 51,8% в целом и 91,5% среди назвавших какую-либо компанию по отношению к компании, являющейся изготовителем смартфонов/мобильных телефонов, маркируемых товарным знаком «HIGHSCREEN» - «Вобис Компьютер». При этом 60,7 % в целом и 95,6% среди назвавших какую-либо страну считают, что источником происхождения товаров «HIGHSCREEN» является Российская Федерация. Вместе с тем, согласно представленному в дело «Отчету аналитического центра ЛЕВАДА» установлено отсутствие должного отбора респондентов, при этом вышеуказанный опрос был осуществлен с нарушениями и несоответствиями. Так, отсутствует ключевой отборочный вопрос, который бы обеспечил доступ в выборку исследования подходящих респондентов. Факт наличия «смартфонов/мобильных телефонов и видеорегистраторов» остался не известен, поскольку не был задан вопрос про покупку указанной техники. Следовательно, цель исследования об определении уровня известности товарного знака «HIGHSCREEN» среди целевой группы российских потребителей не была достигнута. В отчете присутствует бездоказательное утверждение «смартфоны/мобильные телефоны и видеорегистраторы являются товаром массового потребителя». На момент 2014 года смартфонами пользовались меньше половины потребителей связи России, а мобильными телефонами абсолютное большинство и распространение видеорегистраторов среди населения сравнительно не высокое. То есть в выборке исследования могли оказаться только потребители мобильных телефонов (кнопочные, которые не являются смартфонами). Опрос проходил лишь в 6 городах, тогда как авторы его относят к «всероссийскому», что не позволяет такому опросу претендовать на статус всероссийского. Вопросы, выясняющие оценку уровня качества товаров, маркируемых товарным знаком «HIGHSCREEN», не должны были задаваться респондентам, которые не имеют личного опыта использования

смартфонов и видеорегистраторов «HIGHSCREEN». Из описания метода опроса следует, что методом проведения опроса было личное интервью, однако, из инструкции в самом начале анкеты следует, что опрос проходил в формате самозаполнения. Также возраст респондентов опроса сформулирован таким образом, что в нем могли участвовать несовершеннолетние респонденты, доля которых неизвестна. Указанные обстоятельства приводят к непригодности данных опроса Соцфака МГУ в отношении товарного знака «HIGHSCREEN».

Кроме того, в дело был представлен Отчет лаборатории РАН. Согласно данному исследованию, отвечая на ретроспективный вопрос, заданный в связи с датой 01.10.2014, лишь 13% опрошенных посчитали, что словесное обозначение «Hightscreen» на тот момент было им известно. Всего 5 % опрошенных, давших ответ на вопрос без подсказки («если бы в 2014 году в любой из дней, например, 01 октября Вас спросили: «Какие товары маркируются данным обозначением (словесное обозначение «Hightscreen»)?»), что бы Вы ответили?»), верно ассоциировали тестируемое обозначение с такими товарами, как «смартфоны и мобильные телефоны». Подавляющее большинство опрошенных 91 %, если бы их спросили об этом 01.10.2014, ответили бы, что не знают компанию-производителя товаров под тестируемым обозначением. При этом лишь 2 % респондентов правильно отметили бы в качестве таковой компанию «Вобис Компьютер». Аналогичным образом в настоящее время словесное обозначение «Hightscreen» известно менее одной пятой части опрошенных (18 %). Всего 6 % опрошенных правильно ассоциируют тестируемое обозначение с такими товарами, как смартфоны и мобильные телефоны. Подавляющее большинство респондентов 90 % не знают компанию-производителя товаров под тестируемым обозначением и лишь 2 % верно отмечают в качестве производителя данных товаров компанию «Вобис Компьютер».

Согласно материалам возражения доля товаров бренда «Hightscreen» в 2013 году составляла не более 2,5 % от всего рынка смартфонов, тогда как до 2013 года суммарно 70 % рынка смартфонов принадлежали компаниям Samsung, Apple, Nokia (1,2). На момент подачи возражения аналогичные показатели практически равны

0 %, что подтверждается данными статей в СМИ (1). При этом в материалах дела не имеется данных относительно значительной доли смартфонов «Highscreen» на соответствующем рынке на дату признания обозначения «Highscreen» общеизвестным товарным знаком.

Указанные обстоятельства приводят к тому, что как в настоящее время, так и на 01.10.2014 обозначение «Highscreen» обладало крайне низким уровнем узнаваемости, что не позволяет прийти к выводу о его общеизвестности.

Согласно имеющимся в деле договорам и информационным письмам производство смартфонов осуществлялось на территории Китая, Тайваня, Гонг-Конга по заказу компании Europe International Holding Limited, компаниями Maysun Info Technology Company Limited; G-SOL Technology Co., Ltd.; JSR LIMITED; RAYEE TECH LTD; CK Telecom Limited, Dewav (HK) Electronics Limited; Beijing Benywave Technology Co., Ltd. Вместе с тем, дальнейшая реализация товаров «мобильные телефоны (смартфоны)» под обозначением «HIGHSCREEN» на территории Российской Федерации производилась ООО «ВОБИС Компьютер». Указанное свидетельствует о том, что источником происхождения смартфонов, маркируемых обозначением «HIGHSCREEN», являются иностранные производители, в то время как правообладатель осуществлял только реализацию товаров, а не их производство. Кроме того, в материалах дела отсутствуют документы финансовой отчетности по исполнению договорных обязательств. Справки об объемах реализации заверены самим правообладателем (ООО «ВОБИС Компьютер») и не подтверждены фактическими данными.

Кроме того, следует также отметить, что из имеющихся в деле доказательств не представляется возможным определить интенсивность, непрерывность, объемы и затраты по заказанным и реально размещенным и произведенным рекламно-информационным материалам, модулями т.п. (реклама в эфире радиоканала «Маяк», сеть Интернет и печатные издания, стенды в Московском метрополитене, наземный городской транспорт Москвы, рекламные щиты в Волгограде, Пензе, Омске, Самаре, Томске, Уфе, Нижнем Новгороде, Ижевске, Новосибирске, Екатеринбурге, Воронеже) до 01.10.2014 ввиду отсутствия соответствующих данных. При этом иные

города и регионы Российской Федерации не были охвачены рекламной кампанией правообладателя. Таким образом, представленных данных явно недостаточно для создания широкой известности у обозначения «Highscreen» на территории всей Российской Федерации.

В материалах дела отсутствуют данные об участии ООО «ВОБИС Компьютер» в выставках, как на территории Российской Федерации, так и за рубежом.

Резюмируя изложенное, коллегия считает, что на дату принятия решения о признании обозначения «HIGHSCREEN» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в материалах дела не были представлены фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака на дату – 01.10.2014.

Оценив все обстоятельства дела в совокупности, коллегия пришла к выводу о том, что признание обозначения «HIGHSCREEN» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении товаров 09 класса МКТУ: «мобильные телефоны (смартфоны)» с 01.10.2014 не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1508 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 20.07.2021, признать предоставление правовой охраны общеизвестному товарному знаку по свидетельству № 158 недействительным полностью.