

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 20.02.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ЯНДЕКС», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023815924 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2023815924, поданной 24.11.2023, испрашивается на имя заявителя в отношении товаров 09, 16, 18, 25, 28 и услуг 35, 36, 37, 38, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено словесное обозначение:
« Яндекс Недвижимость ».

Роспатентом 26.12.2024 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023815924 в отношении всех товаров 09, 16, 18, 25, 28, 35, 36, 37, 38, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ, указанных в перечне, с исключением из правовой охраны словесного элемента «Недвижимость».

Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено следующее:

- заявленное обозначение представляет собой словесное обозначение «Яндекс Недвижимость», состоящее из двух элементов. Словесный элемент «Недвижимость», учитывая его семантику, отражает сферу деятельности заявителя. Данный словесный

элемент не является вымышленным и входит в основной словарный фонд русского языка;

- в результате экспертизы словесного обозначения «Яндекс Недвижимость», заявленного в отношении товаров 09, 16, 18, 25, 28 и услуг 35, 36, 37, 38, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ, было установлено, что его словесный элемент «Недвижимость» («недвижимость» - (недвижимые вещи) - по гражданскому законодательству Российской Федерации земельные участки, участки недр, обособленные водные объекты и все, что прочно связано с землей, т.е. объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в т.ч. леса, многолетние насаждения, здания, сооружения. См. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/lower/16405>) характеризует заявленные товары и услуги, а именно, указывает на свойства и назначение товаров и услуг, не обладает различительной способностью, и на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса не подлежит самостоятельной правовой охране в отношении всех заявленных товаров и услуг;

- представленные заявителем примеры товарных знаков (знаков обслуживания), в которых словесному элементу «Недвижимость» предоставлена правовая охрана, а также товарные знаки, зарегистрированные на имя заявителя, не могут выступать в качестве убедительных мотивов в защиту признания словесного элемента охраняемым. Также экспертизой приведен ряд примеров товарных знаков, в которых словесный элемент «Недвижимость» признан неохраняемым элементом.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 20.02.2025 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 26.12.2024.

Доводы возражения, поступившего 20.02.2025, а также последующего дополнения к нему сводятся к следующему:

- заявитель выразил согласие с мнением экспертизы в части неохраноспособности словесного элемента «Недвижимость» (как указание на вид и назначение) только для части товаров и услуг, непосредственно связанных с недвижимостью, а именно: услуг 35 класса МКТУ *«аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; управление коммерческими проектами для строительных проектов; аукционы недвижимости; анализ рынка недвижимого имущества; реклама жилой недвижимости;*

реклама коммерческой недвижимости; рекламные услуги в сфере недвижимости; услуги административные, связанные с недвижимостью; предоставление маркетинговых лидов для индустрии недвижимости; предоставление потенциальных клиентов для сферы недвижимости; услуги административные по передаче недвижимости потенциальным покупателям; сравнительный рейтинг цен на жилые помещения», услуг 36 класса МКТУ «аренда квартир; аренда коворкинг-офисов; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; бюро квартирные [недвижимость]; взыскание арендной платы; операции с недвижимым имуществом; организация финансирования строительных проектов; оценка недвижимого имущества; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; оценки финансовые стоимости ремонта; посредничество при операциях с недвижимостью; управление жилым фондом; управление недвижимостью; услуги агентств недвижимости; услуги агентств недвижимости по продаже, покупке и аренде недвижимости; консультации по управлению недвижимостью; консультации в сфере недвижимости; онлайн посредничество при операциях с недвижимостью; предоставление информации о недвижимости; страхование для владельцев недвижимости; предоставление списков объектов недвижимости и информации о недвижимости через веб-сайт; предоставление списков объектов недвижимости и информации о недвижимости через компьютерную базу данных; управление финансовыми делами, связанными с недвижимостью; услуги консультационные, связанные с владением недвижимостью; услуги по продлению срока аренды недвижимости; заключение договоров по прокату и аренде на недвижимое имущество; предоставление информации в сети Интернет по вопросам заключения сделок с недвижимостью; предоставление информации в сети Интернет по вопросам оценки стоимости недвижимости; услуги агентств недвижимости, связанных с поиском квартир для третьих лиц», услуг 37 класса МКТУ «консультации по вопросам строительства; монтаж: инженерных коммуникаций на строительных площадках; надзор [контрольно-управляющий] за строительными работами; предоставление информации по вопросам строительства; работы каменно-строительные; снос строительных сооружений; строительство; строительство ярмарочных киосков и павильонов; строительство недвижимости; строительство, техническое обслуживание и ремонт недвижимого имущества; услуги консультационные в области ремонта недвижимости», услуг 41 класса МКТУ «аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; обучение в области управления недвижимостью», услуг 42 класса МКТУ «дизайн интерьерный; исследования в области строительства зданий; консультации по вопросам архитектуры; межевание; оформление интерьера; планирование городское; разработка планов в области строительства; услуги архитектурные; услуги по составлению географических карт;

услуги графического дизайна для создания виртуальных показов недвижимости для продажи; проектирование техническое, относящееся к проектам по развитию недвижимости; оценка и проверка недвижимого имущества на наличие опасных материалов; подготовка отчетов по планировке недвижимого имущества», услуг 43 класса МКТУ «агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; дома для престарелых; мотели; пансионаты; пансионаты для животных; прокат палаток; прокат передвижных строений; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов», услуг 45 класса МКТУ «услуги консьержей; услуги по проживанию в доме в отсутствие хозяев; исследования правовые, касающиеся сделок с недвижимостью»;

- в отношении другой части товаров и услуг заявитель настаивает на признании заявленного обозначения фантазийным и его государственной регистрации в целом без дискламации. При этом ассоциативные представления являются неправдоподобными, в которые потребитель не поверит;

- заявителем приведены выдержки из действующего законодательства, регулирующего правовую охрану товарных знаков, судебной практики;

- при проведении экспертизы заявленного обозначения не был исследован вопрос возможности восприятия потребителями элемента «Недвижимость» в качестве характеристики товаров и услуг в отношении всех заявленных товаров 09,16, 18, 25, 28 и услуг 35, 36, 37, 38, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ;

- в данном случае словесный элемент «Недвижимость» прямо не указывает на качество, вид и свойства части заявленных товаров и услуг. Для понимания семантики заявленного обозначения рядовому потребителю требуются дополнительные рассуждения, домысливания и ассоциации. Подобные ассоциации могут отличаться у потребителей, различных по своим социальным, профессиональным, возрастным, образовательным и иным факторам;

- заявитель настаивает на регистрации заявленного обозначения в отношении части заявленных услуг 35, 36, 37, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ (все заявленные услуги, за исключением упомянутых выше позиций), а также всех товаров 09, 16, 18, 25, 28 и услуг 38 классов МКТУ с оставлением в охране словесного элемента «Недвижимость»;

- в решениях Роспатента по заявкам № 2021752483 «Яндекс Банк», № 2020721974 «YANDEX TRANSLATE», № 2020721972 «Яндекс Переводчик», № 2020729041 «Яндекс Лекарства», № 2020705453 «Яндекс Инвестиции», № 2020711803 «Яндекс Музыка», № 2020711804 «YANDEX MUSIC», № 2020726981 «Яндекс Билеты», № 2020726982 «YANDEX TICKETS», № 2020735435 «Яндекс Услуги», № 2020725063 «Яндекс Телемост» коллегией неоднократно было указано, что *«необходимо различать обозначения описательные и обозначения, вызывающие в сознании потребителя представление о производимых товарах через ассоциации. Последним может быть предоставлена правовая охрана. В том случае, когда для того, чтобы сформулировать описательную характеристику товара (услуги) или характеристику сведений об изготовителе, нужны дополнительные рассуждения, домысливания, ассоциации, можно признать, что анализируемый элемент не является описательным»*;
- заявленное обозначение представляет собой единую лексическую конструкцию, в которой слова взаимосвязаны по смыслу и грамматически. В данной конструкции элемент «Недвижимость» не может использоваться без элемента «Яндекс», в противном случае меняется смысл и значение словесного элемента обозначения по заявке № 2023815924, явно предполагающего товары и услуги от компании «Яндекс», т.е. заявителя;
- первый элемент «Яндекс» влияет на визуальное восприятие потребителем заявленного обозначения в целом, а также обозначение «Яндекс Недвижимость» образует словосочетание по иному типу, вне зависимости от его грамматической основы;
- заявленное обозначение «Яндекс Недвижимость» представляет собой словосочетание, в котором слово «Яндекс» - это родовое понятие, а «Недвижимость», будучи зависимым элементом, является его характеристикой;
- заявитель внес в заявленное обозначение новый смысл, а именно: «сервис компании Яндекс (Yandex)»;
- словесный элемент «Яндекс Недвижимость» может быть признан синлексом;
- невозможно вставить какое-либо другое слово между элементами «Яндекс Недвижимость» без потери смысла;

- при отдельном использовании элементов «Яндекс» и «Недвижимость» их значения будут отличаться от того, которое имеет словесный элемент «Яндекс Недвижимость» в целом;

- «Яндекс» обозначает название компании заявителя, а «Недвижимость» - это земельные участки, участки недр и все, что прочно связано с землей;

- в рамках проведенного в сентябре-октябре 2024 г. ВЦИОМ соцопроса исследовался вопрос о возможном восприятии наименований сервисов, образованных по принципу «Яндекс/Yandex + Название сервиса» как единой конструкции/целостного словосочетания. Результаты исследования показали, что большинство участников исследования (77 % респондентов), заявили, что подобные названия воспринимается комплексно, целостно;

- дискламация элемента «Недвижимость» заявленного обозначения для всех товаров и услуг нарушит принцип правовой определенности и защиты законных ожиданий заявителя. На имя заявителя зарегистрированы товарные знаки со словесным элементом «Недвижимость / Realty» по свидетельствам №№ 974515

(«  Недвижимость »), 922575 (« ЯНедвижимость »), 927052 (« YaRealty »);

- возможность государственной регистрации обозначений, содержащих словесный элемент «Недвижимость», без выведения словесного элемента из охраны,

подтверждается практикой экспертизы: «  Айнедвижимость www.inedvizhimost.ru », свидетельство № 768842, приоритет от 14.01.2020, товары 09, услуги 35, 36, 38, 42 классов МКТУ,

правообладатель: ООО «ГБ», Республика Татарстан, г. Казань; «  », свидетельство № 855041, приоритет от 24.02.2021, услуги 35, 36, 37, 42, 44, 45 классов МКТУ, правообладатель: Флегонтова Евгения Романовна, Московская

область, г. Истра; «  Рянедвижимость », свидетельство № 933491, приоритет от 29.07.2021, услуги 36, 37 классов МКТУ, правообладатель: Гончарова Анна Сергеевна, г. Краснодар и т.д.;

- заявитель активно и на протяжении длительного времени использует обозначение «Я» для индивидуализации своих многочисленных сервисов, название каждого из

которых строится по одинаковому принципу «Я + слово, идентифицирующее сервис». Например, товарные знаки: «  Услуги » по свидетельству № 913947,

приоритет от 22.04.2022, «  Карты » по свидетельству № 922572, приоритет от

22.04.2022, «  Облако » по свидетельству № 930267, приоритет от 22.04.2022,

«  Радар » по свидетельству № 922987, приоритет от 22.04.2022,

«  Телемост » по свидетельству № 923964, приоритет от 22.04.2022 и т.д.

Указанные товарные знаки зарегистрированы без выведения из правовой охраны словесных элементов для товаров и услуг, в отношении которых слово, идентифицирующее сервис, является фантазийным. Заявитель также является владельцем общеизвестных товарных знаков № 165 (признан общеизвестным с 01.01.2012), № 72 (признан общеизвестным с 19.12.2007), № 164 (признан общеизвестным с 01.01.2012);

- выведение из правовой охраны словесного элемента «Недвижимость» является незаконным и необоснованным, нарушает законные права и интересы заявителя, противоречит сложившейся практике Роспатента, а также нарушает принцип правовой определенности. В возражении приведены доводы в отношении принципа защиты законных ожиданий со ссылками на судебную практику (например, дела №№ СИП-422/2020, СИП-432/2020, СИП-948/2019, СИП-931/2020);

- словесный элемент «Яндекс» заявленного обозначения является серияобразующим для многочисленных товарных знаков заявителя, а также входит в состав общеизвестных товарных знаков заявителя. За счет указанных обстоятельств внимание потребителей будет концентрироваться именно на словесном элементе «Яндекс», а все обозначение в целом будет восприниматься в качестве названия сервиса заявителя;

- «Яндекс» - транснациональная компания, владеющая одноименной системой поиска в Сети, интернет-порталами и службами в нескольких странах. По состоянию на осень 2024 года сайт yandex.ru по популярности занимает 12-е место в мире и 1-е - в России. В России его поисковая доля составляет 66,4 %. Сервисами и мобильными

приложениями Яндекса пользуются 90,4% аудитории интернета в российских городах с населением от 100 тысяч человек. Количество активных пользователей только нескольких из более чем 150 сервисов Яндекса составляет более 280 миллионов человек. Очевидно, что потребителям хорошо известен принцип наименования сервисов Яндекса;

- отказ в охраноспособности элемента «Недвижимость» в заявленном обозначении нанесет ущерб хозяйственной деятельности заявителя и даст возможность недобросовестным конкурентам использовать уже ставшее известным обозначение для оказания своих услуг;

- в отчете ВЦИОМ от 11.04.2025 г. семь из десяти участников опроса (72 %) заявили, что обозначение, образованное по принципу Яндекс/Yandex + «Название сервиса», воспринимается комплексно, целостно, как словосочетание (с точки зрения смысла, внешнего вида, звучания). Шесть из десяти опрошенных (62 %) указали, что в таких наименованиях элемент «Название сервиса» приобретает новое, дополнительное значение (смысл).

На основании изложенного в возражении, поступившем 20.02.2025, содержится просьба об изменении решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения с указанием словесного элемента «Недвижимость» в качестве неохраняемого элемента только для части услуг 35, 36, 37, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ (поименованных в возражении), напрямую связанных со сферой недвижимости. Для другой части заявленных услуг 35, 36, 37, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ, а также всех товаров 09, 16, 18, 25, 28 и услуг 38 классов МКТУ испрашивается регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке № 2023815924 без дискламации элемента «Недвижимость».

В подтверждение своих доводов заявителем представлены следующие документы:

- список сервисов Яндекса – (1);
- распечатки с Интернет-ресурсов в отношении известности обозначения «Яндекс» - (2);
- данные «Яндекс Радара» о поисковой доле «Яндекс» в России – (3);
- исследование Mediascope: Аудитория Интернета в России – (4);

- презентация о компании «Яндекс» (октябрь 2024 г.) – (5);
- отчет по результатам исследования, проведенного ВЦИОМ в сентябре-октябре 2024 г. по вопросу «Восприятие сервисов с элементом «Яндекс/Yandex» в названии в части принадлежности той или иной компании, а также в части возможности перепутать такие сервисы с другими сервисами» – (6);
- отчет ВЦИОМ от 11.04.2025 г. – (7).

Изучив материалы дела, и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 20.02.2025, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (24.11.2023) заявки № 2023815924 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

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

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

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

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

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

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации. При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида. Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

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

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности

использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах. Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение « **Яндекс Недвижимость** » представляет собой словесное обозначение, содержащее элемент «Яндекс» и словесный элемент «Недвижимость», выполненные оригинальным шрифтом буквами русского алфавита на одной строке. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 09, 16, 18, 25, 28 и услуг 35, 36, 37, 38, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

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

В составе заявленного обозначения элемент «Недвижимость» расположен отдельно и семантически не связан со словом «Яндекс», при этом не образует с ним устойчивого словосочетания, поскольку такого устойчивого понятия как «Яндекс Недвижимость» не существует.

Элемент «Недвижимость» имеет следующее толкование согласно общедоступным словарям:

- вид имущества, признаваемого в законодательном порядке недвижимым. К недвижимости по происхождению относятся земельные участки, участки недр и все,

что прочно связано с землёй, то есть объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе здания, сооружения, объекты незавершённого строительства;

- всякое имущество, состоящее из земли или зданий, в отличие от индивидуальной/личной собственности (personal property, personality);
- земельные и другие естественные угодья, находящиеся в собственности физических или юридических лиц, иные вещные права на землю, а также всякое иное имущество, прикрепленное к земле и прочно связанное с ней.

См. электронные словари: <https://ru.wikipedia.org/wiki>,
https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/15594.

Следовательно, словесный элемент «Недвижимость» связан с недвижимым имуществом, с землей, с объектами, построенными на этой земле, и будет однозначно ассоциироваться у потребителей ввиду своего лексического значения с указанными понятиями.

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

- услуг 35 класса МКТУ *«аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; управление коммерческими проектами для строительных проектов; аукционы недвижимости; анализ рынка недвижимого имущества; реклама жилой недвижимости; реклама коммерческой недвижимости; рекламные услуги в сфере недвижимости; услуги административные, связанные с недвижимостью; предоставление маркетинговых лидов для индустрии недвижимости; предоставление потенциальных клиентов для сферы недвижимости; услуги административные по передаче недвижимости потенциальным покупателям; сравнительный рейтинг цен на жилые помещения»*;

- услуг 36 класса МКТУ *«аренда квартир; аренда коворкинг-офисов; аренда недвижимого имущества; аренда офисов [недвижимое имущество]; аренда офисов для совместной работы различных специалистов; аренда ферм и сельскохозяйственных предприятий; бюро квартирные [недвижимость]; взыскание арендной платы; операции с недвижимым имуществом; организация финансирования строительных проектов; оценка недвижимого имущества; оценки финансовые [страхование, банковские операции, недвижимое имущество]; оценки финансовые стоимости ремонта; посредничество при операциях с недвижимостью; управление жилым фондом;*

управление недвижимостью; услуги агентств недвижимости; услуги агентств недвижимости по продаже, покупке и аренде недвижимости; консультации по управлению недвижимостью; консультации в сфере недвижимости; онлайн посредничество при операциях с недвижимостью; предоставление информации о недвижимости; страхование для владельцев недвижимости; предоставление списков объектов недвижимости и информации о недвижимости через веб-сайт; предоставление списков объектов недвижимости и информации о недвижимости через компьютерную базу данных; управление финансовыми делами, связанными с недвижимостью; услуги консультационные, связанные с владением недвижимостью; услуги по продлению срока аренды недвижимости; заключение договоров по прокату и аренде на недвижимое имущество; предоставление информации в сети Интернет по вопросам заключения сделок с недвижимостью; предоставление информации в сети Интернет по вопросам оценки стоимости недвижимости; услуги агентств недвижимости, связанных с поиском квартир для третьих лиц»;

- услуг 37 класса МКТУ «консультации по вопросам строительства; монтаж инженерных коммуникаций на строительных площадках; надзор [контрольно-управляющий] за строительными работами; предоставление информации по вопросам строительства; работы каменно-строительные; снос строительных сооружений; строительство; строительство ярмарочных киосков и павильонов; строительство недвижимости; строительство, техническое обслуживание и ремонт недвижимого имущества; услуги консультационные в области ремонта недвижимости», при этом они относятся к строительным работам (либо сносу) и могут быть связаны с недвижимым имуществом, то есть являются сопутствующими в гражданском обороте;

- услуг 41 класса МКТУ «аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; обучение в области управления недвижимостью»;

- услуг 42 класса МКТУ «дизайн интерьерный; исследования в области строительства зданий; консультации по вопросам архитектуры; межевание; оформление интерьера; планирование городское; разработка планов в области строительства; услуги архитектурные; услуги по составлению географических карт; услуги графического дизайна для создания виртуальных показов недвижимости для продажи; проектирование техническое, относящееся к проектам по развитию недвижимости; оценка и проверка недвижимого имущества на наличие опасных материалов; подготовка отчетов по планировке недвижимого имущества», либо относятся к недвижимости, являются взаимосвязанными, в связи с чем, они обладают совместной встречаемостью и являются сопутствующими в гражданском обороте;

- услуг 43 класса МКТУ «агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в

гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; гостиницы; дома для престарелых; мотели; пансионаты; пансионаты для животных; прокат палаток; прокат передвижных строений; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов»;

- услуг 45 класса МКТУ *«услуги консьержей; услуги по проживанию в доме в отсутствие хозяев; исследования правовые, касающиеся сделок с недвижимостью».*

В возражении заявитель выразил согласие с неохраноспособностью словесного элемента «Недвижимость» заявленного обозначения в отношении указанных услуг и не оспаривает решение Роспатента от 26.12.2024 в этой части.

Услуги 36 класса МКТУ *«аренда финансовая; консультации по вопросам страхования; посредничество при страховании; предоставление информации по вопросам страхования; страхование; страхование от пожаров; ссуды ипотечные; ссуды с погашением в рассрочку»* К недвижимому имуществу, то есть являются сопутствующими в гражданском обороте.

Услуга 38 класса МКТУ *«услуги информационных агентств»* могут относиться к недвижимому имуществу, то есть является сопутствующей в гражданском обороте.

Услуга 41 класса МКТУ *«предоставление полей для гольфа»* относится к недвижимому имуществу, то есть является сопутствующей в гражданском обороте.

В связи с чем, словесный элемент «Недвижимость» заявленного обозначения является неохраняемым элементом для указанных услуг в соответствии с пунктом 1 (3) статьи 1483 Кодекса, поскольку характеризует их, указывает на их назначение и свойства.

Материалы (1) представляют собой существующий список сервисов Яндекса. Распечатки с Интернет-ресурсов, статистика Яндекса (2), данные «Яндекс Радара» (3), исследование «Mediascope» (4) представляют собой общие сведения о деятельности заявителя и его положении на рынке, его аудитории и не содержат фактических данных об использовании заявленного обозначения в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака. Презентация о компании «Яндекс» (октябрь 2024 г.) (5) датирована позже даты подачи заявки.

Анализ представленных социологических исследований показал следующее.

Отчет по результатам исследования ВЦИОМ (6) касается вопроса «Восприятие сервисов с элементом «Яндекс/Yandex» в названии в части принадлежности той или

иной компании, а также в части возможности перепутать такие сервисы с другими сервисами». Опрос (6) выполнен в сентябре-октябре 2024 г. и не содержит ретроспективных данных. Из отчета следует, что большинство респондентов (98 %) знакомо с компанией «Яндекс». По мнению 87 % респондентов элементы «Яндекс / Yandex» в названии сервиса говорят о том, что данный сервис принадлежит компании «Яндекс». В диаграмме «наличие / отсутствие возможности перепутать сервис с элементами «Яндекс» / «Yandex» в названии и сервис с аналогичным названием без таких элементов» заявленное обозначение не исследовалось. В качестве услуг, оказываемых компанией «Яндекс», респонденты чаще всего называли: «такси» – 44 %; «ЯндексЕда» / доставку еды, продуктов / «ЯндексЛавка» – 31 %; «браузер/поисковик» – 27 %.

Отчет ВЦИОМ от 11.04.2025 г. (7) касается изучения восприятия наименований, образованных по принципу «Яндекс» + «название сервиса», и отдельных элементов таких наименований в части семантики, сферы применения, использования в прямом или переносном значении. Опрос (7) выполнен в период 13-18 февраля 2025 г. и не содержит ретроспективных данных. Абсолютное большинство участников исследования (97 %) указали, что им знакома компания «Яндекс». В качестве услуг, оказываемых данной компанией, респонденты чаще всего называли: такси (43 %), браузер / поисковик (37 %), Яндекс Еду / доставку еды, продуктов / Яндекс Лавку (26 %); Яндекс Маркет / интернет-магазин (23 %) и доставку (21 %). Большинство респондентов полагают, что в наименованиях, образованных по принципу «Яндекс + «Название сервиса»», элементы «Название сервиса» используются в переносном значении. Так, в исследуемом наименовании «Яндекс Недвижимость» 78 % опрошенных респондентов высказались, что данное обозначение используется в переносном смысле (как указание на сервис для продажи / покупки недвижимости).

Вместе с тем, в социологических исследованиях (6,7) исследование уровня знания услуг, предоставляемых компанией «Яндекс», в части недвижимости показало всего 1 %, что свидетельствует о том, что данные услуги, предоставляемые заявителем, не известны потребителям.

Таким образом, представленные социологические исследования (6,7) к каким-либо иным выводам коллегии не приводят.

Фактических документов, свидетельствующих о приобретенной различительной способности словесного элемента «Недвижимость» заявленного обозначения, в материалы дела не представлено.

Также у коллегии нет оснований считать, что заявленное обозначение образует комбинацию, обладающую различительной способностью, поскольку словесный элемент «Недвижимость» расположен отдельно от элемента «Яндекс».

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

Таким образом, в отношении всех товаров 09 класса МКТУ, представляющих собой компьютерное оборудование, считывающие и иные устройства, носители информации, аксессуары, программы для компьютеров, всех товаров 16 класса МКТУ, представляющих собой печатную продукцию и канцелярские принадлежности, бумажные изделия, всех товаров 18 класса МКТУ, представляющих собой сумки, чемоданы и аксессуары к ним, всех товаров 25 класса МКТУ, представляющих собой одежду и обувь, головные уборы, всех товаров 28 класса МКТУ представляющих собой игры, игрушки, другой части услуг 35 класса МКТУ, связанных с офисной службой, с информационными услугами на базе компьютерных технологий, с рекламой, бизнесом, продвижением, бухгалтерским учетом, другой части услуг 36 класса МКТУ, связанных с финансовой деятельностью, инвестированием, оценкой антиквариата, драгоценностей, предметов нумизматики, произведений искусства, посредничеством на биржах, услугами попечителей, хранением ценностей, другой части услуг 37 класса МКТУ, связанных с мелким ремонтом, уборкой, бытовыми услугами, услугами по борьбе с вредителями, другой части услуг 38 класса МКТУ, связанных с телекоммуникациями, другой части услуг 41 класса МКТУ, связанных с образовательной и воспитательной деятельностью, издательской деятельностью, развлечениями и игорным бизнесом, услугами в

области производства кино-, аудио- и видеозаписей, услугами из области фотографии, другой части услуг 42 класса МКТУ, связанных с дизайном, техническими исследованиями широкого спектра, компьютерными технологиями, исследованиями, консультационной деятельностью (не имеющих отношения к недвижимости), другой части услуг 43 класса МКТУ, связанных с услугами заказа, другой части услуг 45 класса МКТУ, связанных с юридическими услугами, персональными и социальными услугами, словесный элемент «Недвижимость» заявленного обозначения не носит описательного характера и не способен прямо указывать на какие-либо характеристики данных товаров и услуг, является фантазийным, что не позволяет применить к нему требования пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Также коллегией учтено, что заявленное обозначение включает словесный элемент «Яндекс», который влияет на уровень его запоминаемости в целом и придает ему дополнительную индивидуализирующую нагрузку.

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

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

удовлетворить возражение, поступившее 20.02.2025, изменить решение Роспатента от 26.12.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2023815924.