

**СУД ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПРАВАМ**

Огородный проезд, дом 5, строение 2, Москва, 127254

<http://ipc.arbitr.ru>

Именем Российской Федерации

РЕШЕНИЕ

Москва

20 ноября 2025 года

Дело № СИП-1243/2024

Резолютивная часть решения объявлена 6 ноября 2025 года.

Полный текст решения изготовлен 20 ноября 2025 года.

Суд по интеллектуальным правам в составе:
председательствующего судьи Березиной А.Н.,
судей Голофаева В.В., Щербатых Е.Ю.;
при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания
Москаленко А.В. –
рассмотрел в открытом судебном заседании заявление общества
с ограниченной ответственностью «ДубльГИС» (пл. Карла Маркса, д. 7,
этаж 13, 630048, г. Новосибирск, ОГРН 1045401929847) о признании
недействительным решения Федеральной службы по интеллектуальной
собственности (Бережковская наб., д. 30, к. 1, Москва, 121059,
ОГРН 1047730015200) от 24.07.2024 об отказе в удовлетворении заявления
о признании обозначения общеизвестным товарным знаком.

В судебном заседании приняли участие представители:
от общества с ограниченной ответственностью «ДубльГИС» – Вазина С.И.
(по доверенности от 11.01.2025 № 11), Сверкунова Т.А.
(по доверенности от 21.08.2024 № 68);
от Федеральной службы по интеллектуальной собственности – Кулакова К.В.
(по доверенности от 10.01.2025 № 01/4-32-11/41и), Халявин С.Л. (по
доверенности от 10.01.2025 № 01/4-32-24/41и).

Суд по интеллектуальным правам

УСТАНОВИЛ:

общество с ограниченной ответственностью «ДубльГИС» (далее – общество)
обратилось в Суд по интеллектуальным правам с заявлением
о признании недействительным решения Федеральной службы по
интеллектуальной собственности (Роспатента) от 24.07.2024 об отказе

в удовлетворении заявления о признании обозначения «**2ГИС**»



общеизвестным товарным знаком.

Указанные требования общество мотивирует тем, что представленные им в Роспатент доказательства подтверждают общеизвестность обозначения

«2ГИС» в отношении услуг 39-го класса «предоставление информации в области маршрутов движения» Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков (далее – МКТУ) и услуг 42-го класса МКТУ «предоставление географических карт онлайн».

В связи с этим, по мнению общества, решение Роспатента от 24.07.2024 противоречит пункту 1 статьи 1508 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ).

Роспатент в отзыве не согласился с заявленными требованиями, полагая, что оспариваемый ненормативный правовой акт является законным и не нарушает права и законные интересы заявителя.

В судебном заседании, состоявшемся 06.11.2025, приняли участие представители общества и Роспатента.

Представители общества заявление поддержали.

Представители Роспатента просили в удовлетворении заявленных требований отказать.

При разрешении спора суд исходит из следующего.

Как следует из материалов дела и установлено судом, общество обратилось с заявлением от 10.07.2023 о признании обозначения

«2ГИС» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2016 в отношении услуг 35-го класса МКТУ «предоставление бизнес справочника через глобальную компьютерную сеть», услуг 39-го класса МКТУ «предоставление информации в области маршрутов движения», услуг 42-го класса МКТУ «предоставление географических карт онлайн; предоставление поисковых средств».

Заявленное словесное обозначение «2ГИС, в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является словесным, выполненное арабской цифрой «2» и печатными буквами кириллицы «ГИС». Комбинация цветов или цветовое сочетание указанного обозначения: черный, белый.

В ходе рассмотрения Роспатентом данного заявления обществом был сокращен перечень услуг, для которых испрашивалось признание обозначения «2ГИС» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком до услуг 39-го класса МКТУ «предоставление информации в области маршрутов движения» и услуг 42-го класса МКТУ «предоставление географических карт онлайн». Также заявителем была изменена дата, с которой испрашивается признание обозначения «2ГИС» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком: 01.01.2021.

В подтверждение довода о том, что указанное обозначение является общеизвестным, заявителем в Роспатент представлены следующие документы:

копия свидетельства на товарный знак по свидетельству Российской Федерации № 462824 от 28.05.2012 о праве на товарный знак (с копией свидетельства о продлении срока действия) (том 2, л.д. 14);

статистика ежемесячной аудитории (MAU – monthly active users) сервисов 2ГИС с января 2013 года по май 2023 года (том 2, л.д. 15);

аудиторское заключение о бухгалтерской отчетности за период с 01.01.2015 по 31.12.2015 включительно (том 2, л.д. 17-73);

отчет о финансовых результатах за 2013, 2015 годы (том 2, л.д. 74-75);

отчет о финансовых результатах за 2016 год (с расшифровкой строки «Коммерческие расходы») (том 2, л.д. 76-77);

отчеты аудиторской организации акционерное общество «КПМГ»: от 30.11.2020, подтверждающий сведения о количестве пользователей мобильного приложения 2ГИС за 2019 год, от 26.03.2021, подтверждающий сведения о количестве пользователей мобильного приложения 2ГИС за 2020 год, от 07.06.2022, подтверждающий сведения о количестве пользователей мобильного приложения 2ГИС за 2021 год, от 30.03.2023, подтверждающий сведения о количестве пользователей мобильного приложения 2ГИС за 2022 год (том 2, л.д. 78-90);

выписка из ЕГРЮЛ в отношении общества (том 2, л.д. 91-126);

договоры по предоставлению Партнеру возможности использования Рекламной емкости Продуктов 2ГИС и Бланки заказов (том 2, л.д. 127-150, том 3 – том 11, том 12 л.д. 1-65);

упоминание в СМИ на различных сайтах с 2018 по 2023 год (том 12, л.д. 66-104, том 13, том 14, л.д. 1-25);

единые базы данных городов с 2000 по 2010 год (том 14, л.д. 26-40);

базы данных справочников городов за 2011-2014, 2016, 2020, 2021 годы (том 14, л.д. 41-73);

договор авторского заказа с Евгением Чебатковым от 28.08.2022 (том 15, л.д. 2-5);

скриншот из мобильного приложения 2ГИС с указанием доступных городов (том 15, л.д. 6-17);

цифровой план городов с 2009 по 2014 год, 2016, 2019, 2020, 2021 годы (том 15, л.д. 18-65).

Заявителем 25.09.2023 представлены дополнительные материалы:

дополнение к заявлению о признании обозначения, используемого в качестве товарного знака, общеизвестным в Российской Федерации, описание заявленного обозначения и образец используемого в качестве товарного знака обозначения (том 15, л.д. 67-68).

Заявителем 15.11.2023 также представлены:

отчет акционерного общества «ВЦИОМ» (далее – «ВЦИОМ») об уровне известности обозначения «2ГИС» (том 15, л.д. 80-90);

замер известности бренда среди бизнеса (август 2023) (том 15, л.д. 91-101);

отчет по итогам бизнес-трекинг-исследования в столицах (август 2023) (том 15, л.д. 102-122);

отчет по итогам бизнес-трекингового исследования в регионах (август 2023) (том 15, л.д. 123-133);

замер известности бренда в филиалах (май 2022) (том 36, л.д. 2-23);

замер известности бренда в Москве (общество с ограниченной ответственностью «Профи Исследования», декабрь 2022) (том 36, л.д. 24-29);

замер известности бренда в Санкт-Петербурге (общество с ограниченной ответственностью «Профи Исследования», декабрь 2022) (том 36, л.д. 30-35);

замер известности бренда в Москве (акционерное общество «ИОМ Анкетолог», декабрь 2022) (том 36, л.д. 36-41);

замер известности бренда в Санкт-Петербурге (акционерное общество «ИОМ Анкетолог», декабрь 2022) (том 36, л.д. 42-47);

замер известности бренда в столицах (октябрь 2022) (том 36, л.д. 48-64);

замер известности бренда в филиалах (декабрь 2021) (том 36, л.д. 65-87);

договор № 37-22 между обществом и акционерным обществом «ИОМ Анкетолог» на проведение интернет-опросов (том 36, л.д. 88-96);

договор № 760 между обществом и обществом с ограниченной ответственностью «Профи Исследования» (оказание услуг по проведению социологического/маркетингового исследования) (том 36, л.д. 97-100);

договор № 17/02-2020 между обществом и обществом с ограниченной ответственностью «ОУЭМАЙ Интернешнл» на проведение исследований (том 36, л.д. 101-108);

официальный сертификат hh.ru – 1 место в рейтинге работодателей (среди крупных компаний) в 2022 году, в 2021 году, в 2020 году (том 15, л.д. 134);

бланки заказов с 2015 по 2022 год (том 15, л.д. 135-170, том 16 – том 21, том 22, л.д. 2-21);

рекламные договоры с различными компаниями за 2011, 2013-2022 годы (том 22, л.д. 22-150, том 23 – том 25, том 26, том 31 – том 34, том 35, л.д. 2-74).

На заседании коллегии 16.11.2023 заявителем были представлены ходатайство о переносе заседания, а также оригинал социологического опроса, проведенного 2-9 августа 2023 года.

Заявителем 21.12.2023 представлены дополнительные материалы:

отчет об известности обозначения «2ГИС», подготовленный «ВЦИОМ», в котором также содержится информация об уровне знания общества, используемого обозначение «2ГИС» (том 1, л.д. 77-87);

ходатайство об изменении даты признания обозначения используемого в качестве товарного знака, общеизвестным с 01.01.2016 на 01.01.2021 (том 26, л.д. 40).

Заявителем 22.01.2024 также представлены:

скриншоты из системы Digger с запросом о подсчете объема переходов из внешних источников в бизнес справочник (том 35, л.д. 100);

таблица объем переходов из внешних источников в бизнес справочник (том 35, л.д. 100);

скриншоты из системы Digger с запросом о подсчете объема переходов из бизнес справочника на сайты клиентов (том 35, л.д. 101);

таблица объем переходов из бизнес справочника на сайты клиентов (том 35, л.д. 101);

выборка количества компаний в справочниках 2ГИС (том 26, л.д. 37).

На заседании коллегии 08.02.2024 заседание было перенесено на 03.04.2024, также было представлено ходатайство о приобщении документов от 22.01.2024 (том 26, л.д. 40).

Заявителем 29.03.2024 представлены дополнительные материалы:

дополнение о сокращении заявленного перечня, а именно: 35-го класса МКТУ «предоставление справочника организаций с картами городов»; 42-го класса МКТУ «предоставление географических карт онлайн и офлайн» (том 26, л.д. 42-44);

скриншот из системы Digger с запросом о подсчете объема переходов из внешних источников в 2ГИС (том 26, л.д. 62);

таблица объем переходов из поисковиков (google, yaNodeX, mail.ru, rambler, bing, duckduckgo, baidu, yahoo) в мобильные приложения на iOS и Android, а также онлайн версию 2ГИС за период с 01.01.2021 по 31.01.2024 (том 35, л.д. 102-166, том 26, л.д. 2-36);

таблица объем действий пользователей мобильных приложений на iOS и Android, а также онлайн и десктопной версии 2ГИС в карточке компаний, размещенных в 2ГИС за период с 01.01.2021 по 31.01.2024 (том 26, л.д. 63-119);

скриншот из системы Digger с запросом о подсчете объема переходов из 2ГИС на сайты клиентов (том 26, л.д. 120);

таблица объем переходов из 2ГИС на сайты клиентов (том 26, л.д. 121);

таблица общая статистика объема переходов из 2ГИС на сайты клиентов (том 26, л.д. 121-150, том 27 – том 29, том 30, л.д. 66);

выгрузка из личного кабинета разработчика мобильного приложения 2ГИС на iOS о количестве скачивании за период с 01.05.2015 по 01.03.2024 (том 30, л.д. 67-68);

скриншот о количестве скачивании и оценок мобильных приложений 2ГИС пользователями в различных магазинах приложений (том 30, л.д. 69-70);

примеры договоров с лицами, осуществляющими деятельность по написанию статей в рубрике Интересные места (том 26, л.д. 45-61);

информационное письмо ВЦИОМ от 15.03.2024 № 91А-2024-И (том 30, л.д. 72-78).

Кроме того, заявителем 13.05.2024 были представлены:

ходатайство об участии в заседании путем использования веб-конференции (том 30, л.д. 81-82);

сокращение заявленного перечня, а именно до: 39-го класса МКТУ «предоставление информации в области маршрутов движения» и 42-го

класса МКТУ «предоставление географических карт онлайн» (том 30, л.д. 83-88);

ссылка на видеоролик <https://www.youtube.com/> «Больше чем карты // Презентация 2ГИС // Часть 4: Друзья на карте», а также статьи с сайтов (том 30, л.д. 87);

приложение от 05.03.2024 № 11 к договору от 22.04.2022 № 37-22 об оказании услуг, приложение от 21.03.2024 № 12 к договору от 22.04.2022 № 37-22 об оказании услуг, приложение от 05.04.2024 № 13 к договору от 22.04.2022 № 37-22 об оказании услуг (том 30, л.д. 89-94);

скриншот из магазина приложений «Google Play» (том 30, л.д. 94);

расшифровка коммерческих расходов общества за 2021-2023 годы (том 30, л.д. 96);

приложение № 23946 к договору от 22.04.2022 № 01-02-21/БД об оказании рекламных услуг, приложение № 25725 к договору от 22.04.2022 № 01-02-21/БД об оказании рекламных услуг, приложение № 398 к договору от 28.04.2023 № 280423 КДГ об оказании рекламных услуг, приложение № 3 к договору от 01.11.2023 № 0111123 об оказании рекламных услуг, СПЕЦИФИКАЦИЯ № 2-33 (создание и размещение в сети Интернет рекламно-информационных материалов) (том 30, л.д. 97-104);

заключение аудиторской организации о количестве уникальных активных пользователей мобильного приложения «2ГИС» за 2023 год (том 30, л.д. 105-106);

сведения о количестве уникальных активных пользователей мобильного приложения «2ГИС» за 2023 год (том 30, л.д. 107);

официальный сертификат hh.ru - 1 место в рейтинге работодателей (среди крупных компаний) в 2023 году (том 36, л.д. 109);

сведения о включенном в реестр российского программного обеспечения приложения «Мобильная версия 2ГИС для Android», Сведения о включенном в реестр российского программного обеспечения приложения «Мобильная версия 2ГИС для iOS», Сведения о включенном в реестр российского программного обеспечения приложения «Программный продукт 2ГИС Онлайн-версия» (том 30, л.д. 109-115);

распоряжение Правительства Российской Федерации от 13.08.2022 № 2234-р, Распоряжение Правительства Российской Федерации от 01.08.2023 № 2063-р (том 30, л.д. 116-127);

заявление о включении программы в перечень российских программ для электронных устройств, которые должны быть предварительно установлены на отдельные виды технически сложных товаров (том 30, л.д. 128-130);

доверенность на представителя (оригинал имеется в материалах заявки) (том 30, л.д. 139);

флеш-накопитель с видеофайлами.

Оспариваемым решением в удовлетворении заявления общества о признании словесного обозначения «2ГИС» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2021 в отношении услуг 39-го класса

МКТУ «предоставление информации в области маршрутов движения» и 42-го класса МКТУ «предоставление географических карт онлайн» на имя общества отказано.

Проанализировав представленные в материалы дела документы, административный орган пришел к следующим выводам:

с 1999 года сервис имел наименование «ДубльГИС» и существовал как программа для персонального компьютера. Название отражало суть продукта: карта и справочник, то есть «геоинформационная система» и «городской информационный справочник». В 2006-2009 годах появились мобильные и онлайн-версии сервиса;

в 2011 году состоялся ребрендинг: сервис сменил название «ДубльГИС» на «2ГИС» в связи с выходом в Москву и Санкт-Петербург. Также одной из целей переименования была подготовка к выпуску справочника в СНГ и дальнем зарубежье – 2GIS (2ГИС);

заявитель имеет филиальную сеть в крупных городах: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Красноярске, Новосибирске, Нижнем Новгороде, Омске, Перми, Самаре, Тольятти, Уфе, Челябинске;

сервисы 2ГИС представлены в городах Альметьевск, Архангельск, Астрахань, Белгород, Бийск, Благовещенск, Братск, Владивосток, Владимир, Волгоград, Иваново, Иркутск, Калининград, Краснодар, Набережные Челны, Норильск, Новороссийск, Ростов-на-Дону, Саранск, Сочи, Ставрополь, Стерлитамак, Сургут, Тамбов, Таганрог, Тверь, Тула, Тюмень, Ханты-Мансийск, Шерегеш, Чита и т.д. через сеть партнеров-франчайзи. По условиям договора общество предоставляет партнеру возможность использования Рекламной емкости продуктов 2ГИС на определенной территории. Партнер, в числе прочего, вправе использовать товарный знак 2ГИС в своей деятельности, в том числе путем включения 2ГИС в состав своего фирменного наименования (в отдельных случаях, в состав фирменного наименования включается «ДубльГИС»);

общество является правообладателем товарного знака по свидетельству Российской Федерации № 462824 «2ГИС» с приоритетом от 16.06.2010;

на имя общества зарегистрированы Цифровые планы (карты крупных населенных пунктов) в качестве баз данных. Также общество регистрирует наполнение справочников крупных населенных пунктов в качестве баз данных;

заявителем представлены единые базы данных городов 2009 - 2014, 2016, 2020, 2021, 2022;

заявителем представлены аудиторское заключение о бухгалтерской отчетности за период с 01.01.2015 по 31.12.2015, отчет о финансовых результатах за 2013, 2015, 2016 годы, отчет аудиторской организации акционерное общество «КПМГ» от 30.11.2020, подтверждающий сведения о количестве пользователей мобильного приложения 2ГИС за 2019 год, от 26.03.2021, подтверждающий сведения о количестве пользователей мобильного приложения 2ГИС за 2020 год, от 07.06.2022, подтверждающий сведения о количестве пользователей мобильного приложения 2ГИС за 2021

год, от 30.03.2023, подтверждающий сведения о количестве пользователей мобильного приложения 2ГИС за 2022 год.

Исходя из вышесказанного, резюмируя совокупность представленных документов и сведений об известности заявленного словесного обозначения «2ГИС», административный орган пришел к выводу о том, что широкая известность оказываемых услуг под словесным обозначением «2ГИС» на российском рынке как продукт общества с испрашиваемой даты 01.01.2021, не прослеживается из совокупности представленных материалов, поскольку не формируется представление о широкой известности испрашиваемого в качестве общеизвестного товарного знака словесного обозначения «2ГИС».

Проанализировав представленные в материалы дела договоры по предоставлению партнеру возможности использования рекламной емкости продуктов 2ГИС, Роспатент констатировал, что данные сведения не могут свидетельствовать о том, что обозначение «2ГИС» обладает достаточно высоким уровнем известности для признания обозначения общеизвестным товарным знаком.

Роспатентом также были приняты во внимание:

объем переходов из поисковиков (google, yandex, mail.ru, rambler, bing, duckduckgo, baidu, yahoo) в мобильные приложения на iOS и Android, а также онлайн-версию 2ГИС за период с 01.01.2021 по 31.01.2024, скриншоты из различных приложений (AppStore, RuStore, Uptodown) с приведенными данными о количестве скачиваний и оценок мобильных приложений 2ГИС пользователями в различных магазинах приложений на март 2024;

сведения об объемах оказания услуг, маркированных обозначением «2ГИС» с 2015 по 2022 годы, копии договоров на размещение наружной рекламы, рекламы в сети «Интернет», рекламы в кинотеатрах и т.д., представленные в подтверждение деятельности по реализации услуг, маркированных заявленным словесным обозначением «2ГИС».

Административный орган отметил, что существенность затрат на рекламу геосервиса 2ГИС за 2021-2023 годы представлена заявителем расшифровкой коммерческих расходов общества (к ежегодной финансовой отчетности). Российские блогеры рекламируют сервис «2ГИС» на своих YouTube-каналах и аккаунтах в социальных сетях. Затраты на рекламу на данных каналах/аккаунтах подтверждаются.

Учитывая изложенное, резюмируя совокупность представленных документов и сведений об известности заявленного словесного обозначения «2ГИС», Роспатент указал, что широкая известность оказываемых услуг под словесным обозначением «2ГИС» на российском рынке как продукт общества с испрашиваемой даты 01.01.2021, не прослеживается из совокупности представленных материалов, поскольку не формируется представление о широкой известности испрашиваемого в качестве общеизвестного товарного знака словесного обозначения «2ГИС».

Проанализировав представленную заявителем статистику ежемесячной аудитории (MAU - monthly active users) сервисов 2ГИС с января 2013 года по май 2023 года, а также договоры на оказание услуг по размещению рекламы,

изготовлению рекламы за 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 года, Роспатент констатировал: не представляется возможным прийти к выводу, что словесное обозначение «2ГИС» приобрело широкую известность на испрашиваемую дату 01.01.2021 в отношении заявленных услуг, поскольку из совокупности всех представленных материалов не формируется представление о широкой известности испрашиваемого в качестве общеизвестного товарного знака словесного обозначения «2ГИС».

Вместе с тем, административный орган отметил, что деятельность заявителя освещается в средствах массовой информации. Так, обществом представлены:

статьи с 2018 по 2023 год;

сертификат hh.ru – 1 место в рейтинге работодателей (среди крупных компаний) в 2022 году;

сертификат hh.ru – 1 место в рейтинге работодателей (среди крупных компаний) в 2021 году;

сертификат hh.ru – 1 место в рейтинге работодателей (среди средних компаний) в 2020 году.

Однако Роспатент отметил: документы, свидетельствующие о премиях, наградах в совокупности с иными доказательствами не подтверждают общеизвестность заявленного обозначения – из совокупности представленных материалов не формируется представление о широкой известности испрашиваемого в качестве общеизвестного товарного знака словесного обозначения «2ГИС» на испрашиваемую дату 01.01.2021 в отношении указанных услуг.

Административным органом проанализированы представленные заявителем результаты социологического опроса, проведенного в период со 2 августа 2023 года по 9 августа 2023 года «ВЦИОМ» среди совершеннолетних жителей Российской Федерации – пользующихся сервисами с географическими картами/навигаторами и поисковыми системами раз в неделю и чаще и сталкивающихся с какой-либо рекламой раз в неделю и чаще или заказывающих/размещающих рекламу товаров или услуг раз в полгода и чаще, методом исследования - интернет-опрос по сертифицированной панели респондентов, суммарный объем реализуемой выборочной совокупности 1500 человек в следующих федеральных округах Российской Федерации: Дальневосточный, Приволжский, Северо-Западный, Северо-Кавказский, Сибирский, Уральский, Центральный, Южный относительно словесного обозначения «2ГИС». По результатам анализа Роспатент пришел к следующим выводам.

На основании результатов исследования административным органом установлено, что со словесным обозначением «2ГИС» знаком 88% респондентов (закрытый вопрос); 51% респондентов считает, что данное обозначение используется для таких услуг как «карты», 36% как «навигация», 28% как «поиск адреса/организации, справочник» (открытый вопрос); обозначение «2ГИС» для услуг «предоставление географических

карт онлайн» знаком 92% респондентам; для услуг «предоставление информации в области маршрутов движения» знакомо 91% респондентам; для услуг «предоставление поисковых средств» знакомо 58% респондентам и 30% не знакомо, для услуг «предоставление бизнес-справочника через глобальную компьютерную сеть» знакомо 28% респондентам и 57% не знакомо (закрытый вопрос); 33% респондентов считают, что компания «2ГИС/Дубль ГИС» использует обозначение «2ГИС», при этом 41% затруднилось ответить (открытый вопрос); 54% респондентов считает, что обозначение «2ГИС» использует компания ООО «Дубль ГИС» (закрытый вопрос с предложенными вариантами); обозначение «2ГИС» увидели впервые 29% 2 - 5 лет назад, 28% 6 - 10 лет назад, 13% 11 - 15 лет назад, 5% 16 - 20 лет назад, 2% более 20 лет назад, 11% в этом или прошлом году, при этом 12% затруднились ответить (закрытый вопрос); 48% респондентов узнали об обозначении «2ГИС» через интернет, 28% от друзей, знакомых и родственников, 11% видели в приложении, 3% по телевизору/радио, 2% из газет, журналов, печатных изданий, 2% - другое, и 6% затруднилось ответить (закрытый вопрос); услугами «2ГИС» «сервис географических карт» пользовались 72% респондентов, «услуги навигатора» 70%, «поисковый сервис» 53%, справочник организаций (бизнес-справочник)» 42% (закрытый вопрос).

Вместе с тем, как отметил Роспатент, полученные в результате социологического опроса данные о том, какая компания использует словесное обозначение «2ГИС» для своих услуг, вызывают обоснованные сомнения. Так на вопрос на испрашиваемую дату 01.01.2021 отрицательно ответили 41% респондентов, 10% ответили «Яндекс», 8% ответили «Гугл», 4% ответили «Сбербанк» и 4% ответили «другая компания»).

Из представленных документов следует, что заявитель проводит замеры известности обозначения «2ГИС» в филиалах (май 2022), в Москве (общество с ограниченной ответственностью «Профи Исследования», декабрь 2022), в Санкт-Петербурге (общество с ограниченной ответственностью «Профи Исследования», декабрь 2022), в Москве (акционерное общество «ИОМ Анкетолог», декабрь 2022), в Санкт-Петербурге (акционерное общество «ИОМ Анкетолог», декабрь 2022), в столицах (октябрь 2022), в филиалах (декабрь 2021), с целью определения популярности среди геосервисов, а также проводит исследования уровня известности бренда с целью оценки привлекательности сервиса 2ГИС как источника рекламного размещения посредством интернет-опросов.

Вместе с тем, как отметил административный орган, из указанных документов также следует, что отвечая на вопросы: (замер август 2023) «В каких из перечисленных сервисов можно рекламировать товары, услуги, продвигать бренд или компанию?» 85% респондентов ответили «Яндекс», и 87% ответили «2ГИС», «В каких геосервисах вы размещаете рекламу за последние 6 месяцев?» 57% респондентов ответили «Яндекс» и 55% «2ГИС», «Готовы ли вы рекомендовать 2ГИС/Яндекс Карты как площадку для размещения рекламы своим бизнес-партнерам или знакомым?» 67%

респондентов выбрали «Яндекс» и 64% выбрали «2ГИС», «Оцените по 5-балльной шкале, насколько вы согласны с утверждениями про георекламу в 2ГИС» Размещение георекламы помогает повысить узнаваемость бренда, улучшить имидж компании Интегральная оценка 4,42, В 2ГИС удобно отслеживать эффективность рекламы Интегральная оценка 4,34, В 2ГИС представлена корректная статистика по целевым действиям Интегральная оценка 4,32, Нравится работа менеджеров по продажам Интегральная оценка 4,32, Нравится работа менеджеров по продажам Интегральная оценка 4,30, Виден эффект после покупки георекламы, есть приток по целевым действиям 4,28, Затраты на георекламу окупаются Интегральная оценка 4,21, «Оцените по 5-балльной шкале, насколько вы согласны с утверждениями про георекламу в Яндекс Картах» Размещение георекламы помогает повысить узнаваемость бренда, улучшить имидж компании Интегральная оценка 4,45, В Яндекс Картах представлена корректная статистика о результатах размещения Интегральная оценка 4,39, В Яндекс Картах удобно отслеживать эффективность рекламы Интегральная оценка 4,38, Виден эффект после покупки георекламы, есть приток лидов 4,35, Затраты на георекламу окупаются 4,25.

Роспатент проанализировал отчет по итогам бизнес-трекинг-исследования в столицах (август 2023), и отчет по итогам бизнес-трекинг-исследования в регионах (август 2023).

Так, административный орган установил: отчет по итогам бренд-трекинг-исследования на вопросы «Какие справочники фирм с картой города вы знаете (мобильные приложения или сайты)? (Москва)» 49% респондентов ответили «Яндекс» и 28% «2ГИС», «какие справочники фирм с картой города вы знаете (мобильные приложения или сайты)? (Санкт-Петербург)» 42% респондентов ответили «Яндекс» и 34% «2ГИС», «Какие справочники фирм с картой города вы знаете (мобильные приложения или сайты) (спонтанная известность) (Москва)» 71% ответили «Яндекс» и 47% ответили «2ГИС», «Какие справочники фирм с картой города вы знаете (мобильные приложения или сайты) (спонтанная известность) (Санкт-Петербург)» 68% ответили «Яндекс» и 56% ответили «2ГИС», «Что приходит вам на ум, когда вы видите фразу «Мое самое любимое приложение для поиска компаний и навигации по городу? (Москва)» (любимый бренд, первое спонтанное упоминание) 29% респондентов ответили «Яндекс», 28% «Яндекс Карты» и 17% «2ГИС», «Что приходит вам на ум, когда вы видите фразу «Мое самое любимое приложение для поиска компаний и навигации по городу? (Москва)» (любимый бренд, все спонтанные упоминания) 30% респондентов ответили «Яндекс», 29% «Яндекс Карты» и 20% «2ГИС», «Что приходит вам на ум, когда вы видите фразу «Мое самое любимое приложение для поиска компаний и навигации по городу? (Санкт-Петербург)» (любимый бренд, все спонтанные упоминания) 28% респондентов ответили «Яндекс», 26% «Яндекс Карты» и 25% «2ГИС», «Перед вами список сервисов для поиска компаний и навигации по городу. Отметьте, какие из них вам известны хотя бы

понаслышке, включая те, которые вы указали в предыдущем вопросе?» Москва 89% ответили «Яндекс Карты» и 77% ответили «2ГИС», Санкт-Петербург 89% ответили «Яндекс Карты» и 81% «2ГИС», «Перед вами список мобильных приложений для поиска компаний и навигации по городу. Отметьте, какие из них вы использовали за последние пару месяцев?» Москва ответили 75% «Яндекс» и 32% «2ГИС», Санкт-Петербург 70% ответили «Яндекс» и 37% «2ГИС», «Готовы ли вы рекомендовать мобильное приложение 2ГИС/Яндекс Карты для поиска организаций, поиска проезда на автомобиле/общественном транспорте или для ориентирования на местности с помощью карты своим друзьям, знакомым? Москва 66% ответили «Яндекс Карты» и 57% ответили «2ГИС», Санкт-Петербург 62% ответили «Яндекс Карты» и 55% «2ГИС», «Какие приложения для поиска компаний и навигации по городу установлены на вашем смартфоне» (Москва) 71% ответили «Яндекс Карты», 45% ответили «Яндекс Навигатор», 38% «Яндекс поисковая система», 35% «2ГИС», 28% «Google поисковая система», 21% «Google Maps», «Какие приложения для поиска компаний и навигации по городу установлены на вашем смартфоне» (Санкт-Петербург) 65% ответили «Яндекс Карты», 38% «2ГИС», 38% ответили «Яндекс Навигатор», 33% «Яндекс поисковая система», 30% «Google поисковая система», 27% «Google Maps», «Выберите одно приложение для ответа на вопросы (среди использующих 2ГИС и ЯК)» (Москва) Ни разу вас не подвело 51% ответили «Яндекс», 49% «2ГИС», понятнее карта 53% ответили «Яндекс», 47% «2ГИС», больше отзывов 59% ответили «Яндекс» и 41% «2ГИС», удобнее маршруты общественного транспорта 61% ответили «Яндекс» и 39% «2ГИС», автомобильные маршруты точнее 61% ответили «Яндекс» и 39% «2ГИС», «Выберите одно приложение для ответа на вопросы (среди использующих 2ГИС и ЯК)» (Санкт-Петербург) удобнее пользоваться 51% ответили «Яндекс» и 49% «2ГИС», больше отзывов 57% ответили «Яндекс» и 43% «2ГИС», удобнее маршруты общественного транспорта 59% ответили «Яндекс» и 41% «2ГИС», автомобильные маршруты точнее 60% ответили «Яндекс» и 40% «2ГИС», Готовы ли вы рекомендовать карты в указанном ниже мобильном приложении своим друзьям, знакомым» (Москва) 68% ответили «Яндекс Карты», 63% ответили «2ГИС» и 60% «Яндекс Навигатор», (Санкт-Петербург) 58% «2ГИС», 57% «Яндекс Карты» и 61% «Яндекс Навигатор», «Готовы ли вы рекомендовать функцию автомобильного навигатора в указанном ниже мобильном приложении своим друзьям, знакомым?» (Москва) 49% ответили «2ГИС», 55% ответили «Яндекс Карты» и 65% ответили «Яндекс Навигатор», (Санкт-Петербург) 38% ответили «2ГИС», 49% ответили «Яндекс Карты» и 57% ответили «Яндекс Навигатор», «Готовы ли Вы рекомендовать функцию построения пеших маршрутов в указанном ниже мобильном приложении своим друзьям, знакомым?» (Москва) 63% ответили «Яндекс Карты», 58% ответили «2ГИС» и 51% ответили «Яндекс Навигатор», «Готовы ли вы рекомендовать функцию построения маршрутов на общественном транспорте в указанном ниже мобильном приложении своим друзьям, знакомым?» (Санкт-Петербург)

55% ответили «Яндекс Карты», 52% ответили «2ГИС» и 42% ответили «Яндекс Навигатор», Перед вами список сервисов для поиска компаний и навигации по городу. Отметьте, какие из них вам известны хотя бы понаслышке?» (Российская Федерация) 87% ответили «Яндекс Карты» и 81% «2ГИС», «Перед вами список мобильных приложений для поиска компаний и навигации по городу. Отметьте, какие из них вы использовали за последние пару месяцев?» (Российская Федерация) 61% ответил «Яндекс Карты» и 49% «2ГИС», «Что приходит вам на ум, когда вы видите фразу «Мое самое любимое приложение для поиска компаний и навигации по городу?» (любимый бренд - первое спонтанное упоминание (Российская Федерация) 43% респондентов ответили «Весь Яндекс», 36% «2ГИС», 21% «Яндекс Карты», 19% «Яндекс», «Что приходит вам на ум, когда вы видите фразу «Мое самое любимое приложение для поиска компаний и навигации по городу?» (любимый бренд - все спонтанные упоминания (Российская Федерация) 45% респондентов ответили «Весь Яндекс», 38% «2ГИС», 23% «Яндекс Карты», 19% «Яндекс», «Какие приложения для поиска компаний и навигации по городу установлены на вашем смартфоне?» (Российская Федерация) 56% ответили «Яндекс Карты», 45% ответили «2ГИС», 33% «Яндекс поисковая система», 29% «Яндекс навигатор», 27% «Google поисковая система», 18% «Google maps», «Выберите одно приложение для ответа на вопросы (среди использующих ЯК и 2ГИС)» (Российская Федерация) Удобнее пользоваться маршрутами общественного транспорта 52% ответили «Яндекс карты» и 48% «2ГИС», автомобильные маршруты точнее 58% ответили «Яндекс карты» и 42% «2ГИС», «Готовы ли вы рекомендовать функцию автомобильного навигатора в указанном ниже мобильном приложении своим друзьям, знакомым?» (Российская Федерация) 66% ответили «Яндекс Навигатор», 47% «Яндекс Карты» и 38% «2ГИС», «Готовы ли вы порекомендовать функцию построения маршрутов на общественном транспорте в указанном ниже мобильном приложении своим друзьям, знакомым?» 66% ответили «Яндекс Навигатор», 47% «Яндекс карты» и 38% «2ГИС», «Готовы ли вы рекомендовать функцию построения маршрутов на общественном транспорте в указанном ниже мобильном приложении своим друзьям, знакомым?» 53% респондентов ответили «Яндекс Карты», 52% «2ГИС», «Какие карты города со справочником фирм вы знаете?» в Москве 49% ответили «Весь Яндекс» и 25% «2ГИС», в Санкт-Петербурге ответили 41% «Весь Яндекс» и 35% «2ГИС», замер известности бренда в филиалах май 2022 г.: «Какие карты города со справочником фирм вы знаете?» (спонтанная известность) в Нижнем Новгороде ответили 72% «Яндекс» и 70% «2ГИС», в Санкт-Петербурге 73% «Яндекс» и 56% «2ГИС», в Москве 72% «Яндекс» и 47% «2ГИС», «Перед вами список сервисов для поиска компаний и навигации в городе. Отметьте, какие из них вам известны хотя бы понаслышке?» в Москве ответили 93% «Яндекс Карты» и 77% «2ГИС», в Санкт-Петербурге 94% «Яндекс Карты» и 84% «2ГИС», Нижний Новгород 93% «Яндекс Карты» и 92% «2ГИС», «Перед вами список мобильных приложений для поиска компаний и навигации в городе.

Отметьте, какие из них вы использовали за последние пару месяцев?» в Москве ответили 75% «Яндекс Карты», 31% «2ГИС», в Санкт-Петербурге 70% «Яндекс Карты» и 37% «2ГИС», «Готовы ли вы рекомендовать карты для ориентации по городу в указанном ниже мобильном приложении своим друзьям, знакомым?» в Москве ответили «Яндекс Навигатор» 62%, «Яндекс Карты» 60% и 58% «2ГИС», в Санкт-Петербурге ответили 64% «Яндекс Навигатор», 63% «Яндекс Карты» и 60% «2ГИС», «Готовы ли вы рекомендовать функцию автомобильного навигатора в указанном ниже мобильном приложении свои друзьям, близким?» в Нижнем Новгороде ответили 67% «Яндекс Навигатор», 48% «Яндекс Карты» и 34% «2ГИС», в Казани ответили 73% «Яндекс Навигатор», 58% «Яндекс Карты» и 54% «2ГИС», в Екатеринбурге 79% «Яндекс Навигатор», 54% «Яндекс Карты» и 44% «2ГИС», в Новосибирске 73% «Яндекс Навигатор», 51% «Яндекс Карты» и 58% «2ГИС», в Санкт-Петербурге 65% «Яндекс Навигатор», 46% «Яндекс Карты» и 33% «2ГИС», в Москве 63% «Яндекс Навигатор», 45% «Яндекс Карты» и 38% «2ГИС», замер известности бренда среди бизнеса декабрь 2022: «В каких геосервисах можно рекламировать товары, услуги, продвигать бренд/компанию?» (бренд первый среди названных) 33% ответили «Яндекс», 26% «Яндекс Карты», 25% «2ГИС», «В каких из перечисленных сервисах можно рекламировать товары, услуги, продвигать бренд/компанию?» (наведенная известность) 84% респондентов ответили «Яндекс Карты», 74% «2ГИС», 62% «Яндекс Навигатор», «В каких геосервисах вы размещали рекламу за последние 6 месяцев?» 46% ответили «Яндекс Карты», 33% «2ГИС», замер известности бренда среди бизнеса декабрь 2022 г.: «В каких из перечисленных сервисах можно рекламировать товары, услуги, продвигать бренд/компанию?» 84% ответили «Яндекс Карты», 79% ответили «2ГИС», 58% «Яндекс Навигатор», «В каких геосервисах вы размещали рекламу за последние 6 месяцев?» 39% ответили «Яндекс Карты», 34% «2ГИС», замер известности бренда среди бизнеса декабрь 2022 г.: «В каких геосервисах вы размещали рекламу за последние 6 месяцев?» 42% ответили «Яндекс Карты», 30% ответили «2ГИС», замер известности бренда среди бизнеса октябрь 2022 г.: «Какие справочники фирм с картой города вы знаете (мобильные приложения или сайты)?» (открытый вопрос) Москва 21% ответили «2ГИС», 60% «Яндекс Карты», Санкт-Петербург 27% «2ГИС», 55% «Яндекс Карты», первый среди названных Москва 21% «2ГИС», 30% «Яндекс Карты», Санкт-Петербург 27% «2ГИС», 28% «Яндекс Карты», «Какие справочники фирм с картой города вы знаете (мобильные приложения или сайты)?» спонтанная известность открытый вопрос Москва 43% ответили «2ГИС», 86% «Яндекс Карты», Санкт-Петербург 53% «2ГИС», 84% «Карты Яндекс», спонтанная известность среди названных Москва 43% ответили «2ГИС», 45% «Яндекс Карты», «Перед вами список сервисов для поиска компаний и навигации в городе. Отметьте, какие из них вам известны хотя бы понаслышке, включая те, которые вы указали в предыдущем вопросе?» наведенная известность в Москве ответили 92% «Яндекс Карты» и 73% «2ГИС», в Санкт-Петербурге 92%; «Яндекс

Карты» и 83% «2ГИС», «Перед вами список сервисов для поиска компаний и навигации в городе. Отметьте, какие из них вам известны хотя бы понаслышке, включая те, которые вы указали в предыдущем вопросе?» наведенная известность Москва 73% ответили «2ГИС», 92% «Яндекс Карты», Санкт-Петербург 83% «2ГИС» и 92% «Яндекс Карты», «Перед вами список мобильных приложений для поиска компаний и навигации в городе. Отметьте, какие из них вы использовали за последние пару месяцев?» Москва 31% ответили «2ГИС» и 77% «Яндекс Карты», Санкт-Петербург 40% «2ГИС» и 71% «Яндекс Карты», «Готовы ли вы рекомендовать мобильное приложение 2ГИС/ЯК для поиска информации о фирмах, телефонах организации, поиска проезда на авто, маршрута общественного транспорта или ориентировании на местности с помощью карты своим друзьям, знакомым?» Москва 55% ответили «2ГИС» и 61% «Яндекс Карты», «Готовы ли вы рекомендовать карты для ориентации по городу в указанном ниже мобильном приложении своим друзьям, знакомым?» Москва 61% ответили «Яндекс Навигатор», 59% «Яндекс Карты», 57% «2ГИС», Санкт-Петербург 57% ответили «Яндекс Навигатор», 56% «Яндекс Карты», 55% «2ГИС», «Готовы ли вы рекомендовать функцию автомобильного навигатора в указанном ниже мобильном приложении своим друзьям, знакомым?» Москва 45% «2ГИС» ответили, 64% «Яндекс Навигатор» и 52% «Яндекс Карты», Санкт-Петербург 60% «Яндекс Навигатор», 49% «Яндекс Карты» и 45% «2ГИС», «Готовы ли вы рекомендовать функцию построения маршрутов на общественном транспорте в указанном ниже мобильном приложении друзьям, знакомым?» Москва 56% ответили «2ГИС», 59% «Яндекс весь», замер известности бренда в филиалах декабрь 2021 г.: «Какие справочники фирм с картой города вы знаете?» первый среди названных Москва 45% «Яндекс Карты» и 32% «2ГИС», «Какие справочники фирм с картой города вы знаете?» открытый вопрос Москва 62% «Яндекс весь», 47% «2ГИС», Санкт-Петербург 66% «Яндекс весь» и 60% «2ГИС», «Перед вами список сервисов для поиска компаний и навигации в городе. Отметьте, какие из них вам известны хотя бы понаслышке?» Москва 93% «Яндекс весь», 81% «2ГИС», Сочи 91% «Яндекс весь» 83% «2ГИС», Санкт-Петербург 94% «Яндекс весь» и 87% «2ГИС», Краснодар 92% «Яндекс весь» и 90% «2ГИС».

Административный орган критически оценил представленные заявителем материалы, и пришел к выводу о том, что исходя из результатов в вышеуказанных замерах и отчетах бизнес-трекингов, не предоставляется возможным проследить высокую известность заявленного обозначения «2ГИС» в отношении указанных услуг на испрашиваемую дату 01.01.2021.

Таким образом, изучив все представленные материалы, Роспатент указал, что факт использования обозначения по отношению к услугам, в отношении которых испрашивается его общеизвестность, сам по себе не свидетельствует о приобретении таким обозначением статуса общеизвестного товарного знака, вследствие чего констатировал их недостаточность для признания обозначения общеизвестным товарным знаком в отношении указанных услуг.

Помимо этого, административный орган дополнительно отметил, что представленное заявителем особое мнение, поступившее в Роспатент 10.06.2024, не меняет вышеизложенных выводов. При этом согласно абзацу второму пункта 71 Административного регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, утвержденный приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 27.08.2015 № 602 (далее – Административный регламент), заключение коллегии основывается только на тех материалах, которые были представлены заявителем до оглашения резолютивной части на заседании коллегии. Представление и анализ «особого мнения» указанным нормативным документом не предусмотрены.

Учитывая изложенное, Роспатент пришел к выводу о том, что обществом не представлены доказательства, свидетельствующие в своей совокупности и взаимосвязи о приобретении обозначением «2ГИС» с 01.01.2021 в отношении услуг 39-го класса МКТУ «предоставление информации в области маршрутов движения» и услуг 42-го класса МКТУ «предоставление географических карт онлайн» признаков общеизвестного товарного знака, предусмотренных статьей 1508 ГК РФ, вследствие чего отказал в удовлетворении заявления.

Общество, не согласившись с решением Роспатента от 24.07.2024, полагая, что оно противоречит действующему законодательству и нарушает его права и законные интересы, обратилось в Суд по интеллектуальным правам с заявлением по настоящему делу.

В обоснование заявленных требований общество ссылается на то, что в соответствии со статьей 1508 ГК РФ для признания товарного знака общеизвестным у заявителя отсутствует необходимость устанавливать известность обозначения в отношении конкретного юридического лица, поскольку для целей применения пункта 1 статьи 1508 ГК РФ, определяющей является общеизвестность потребителям именно заявленного обозначения, а не известность заявителя, который обратился в компетентный орган за признанием указанного факта действительности.

С точки зрения заявителя, он предоставил в Роспатент исчерпывающую совокупность доказательств, подтверждающих общеизвестность обозначения «2ГИС». Однако представленные документы и доказательства в нарушение пункта 17 Административного регламента не были оценены административным органом в совокупности, вследствие чего Роспатентом были сделаны неверные выводы об отсутствии оснований для признания обозначения «2ГИС» общеизвестным товарным знаком.

По мнению общества, при вынесении спорного заключения Роспатент допустил нарушение положений статьи 1508 ГК РФ, в соответствии с которыми для признания товарного знака общеизвестным отсутствует необходимость устанавливать известность обозначения через его сравнение с обозначениями конкурентов. Вместе с тем, анализ представленных

обществом бренд-трекинг-исследований фактически свелся Роспатентом к сравнению компаний – 2ГИС и Яндекс.

Заявитель также отмечает, что в решении Роспатента отсутствуют какие-либо мотивированные выводы, на основании которых он принял решение об отказе в признании обозначения «2ГИС» общеизвестным товарным знаком, из текста решения невозможно установить причину отказа в признании товарного знака общеизвестным.

С учетом изложенного общество просит признать недействительным оспариваемое решение Роспатента как не соответствующее пункту 1 статьи 1508 ГК РФ и обязать административный орган внести обозначение «2ГИС» по заявлению общества от 10.07.2023 в Перечень общеизвестных товарных знаков в Российской Федерации.

В отзыве Роспатент возражал против удовлетворения заявленных требований, полагая доводы общества несостоятельными, а оспариваемое решение законным и обоснованным.

В письменных возражениях на отзыв Роспатента общество дополнило свою позицию, поддержав ранее изложенные доводы, а также указав на то, что некоторые доводы и аргументы, представленные административным органом, являются новыми и в оспариваемом решении отсутствуют.

Изучив материалы дела, рассмотрев доводы, изложенные в заявлении, в отзыве на заявление и в возражениях на отзыв, иных процессуальных документах, выслушав пояснения представителей заявителя и Роспатента, оценив имеющиеся в деле доказательства в совокупности в порядке, предусмотренном статьей 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Суд по интеллектуальным правам пришел к следующим выводам.

В силу статьи 13 ГК РФ ненормативный акт государственного органа или органа местного самоуправления, а в случаях, предусмотренных законом, также нормативный акт, не соответствующие закону или иным правовым актам и нарушающие гражданские права и охраняемые законом интересы гражданина или юридического лица, могут быть признаны судом недействительными.

Глава 24 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации предусматривает в качестве самостоятельного способа защиты прав и законных интересов в сфере предпринимательской деятельности обжалование решений государственных органов в суд.

Согласно части 1 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действие (бездействие) не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности,

незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности.

Заявление может быть подано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня, когда гражданину, организации стало известно о нарушении их прав и законных интересов, если иное не установлено федеральным законом. Пропущенный по уважительной причине срок подачи заявления может быть восстановлен судом (пункт 4 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации).

Установленный законом срок заявителем соблюден, что не оспаривается Роспатентом.

Основанием для принятия решения суда о признании ненормативного акта недействительным являются одновременно как его несоответствие закону или иному правовому акту, так и нарушение указанным актом гражданских прав и охраняемых законом интересов гражданина или юридического лица, обратившихся в суд с соответствующим требованием (статья 13 ГК РФ, пункт 138 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее — постановление № 10)).

В соответствии с частью 4 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных правовых актов, решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц арбитражный суд в судебном заседании осуществляет проверку оспариваемого акта или его отдельных положений, оспариваемых решений и действий (бездействия) и устанавливает их соответствие закону или иному нормативному правовому акту, устанавливает наличие полномочий у органа или лица, которые приняли оспариваемый акт, решение или совершили оспариваемые действия (бездействие), а также устанавливает, нарушают ли оспариваемый акт, решение и действия (бездействие) права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Согласно части 5 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации обязанность доказывания соответствия оспариваемого ненормативного правового акта закону или иному нормативному правовому акту, законности принятия оспариваемого решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), наличия у органа или лица надлежащих полномочий на принятие оспариваемого акта, решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), а также обстоятельств, послуживших основанием для принятия оспариваемого акта, решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), возлагается на орган или лицо, которые приняли акт, решение или совершили действия (бездействие).

Полномочия Роспатента по рассмотрению заявления и принятие по его результатам решения установлены частью четвертой ГК РФ и Положением о

Федеральной службе по интеллектуальной собственности, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 21.03.2012 № 218, и заявителем по делу не оспариваются.

С учетом даты подачи заявления (29.12.2023), применимое законодательство для разрешения настоящего дела включает Парижскую конвенция по охране промышленной собственности от 20.03.1883 (далее — Парижская конвенция), ГК РФ и Административный регламент.

С учетом даты подачи заявления (10.07.2023) правовая база для разрешения спора включает Парижскую конвенция по охране промышленной собственности от 20.03.1883 (далее – Парижская конвенция), ГК РФ и Административный регламент

В силу пункта 1 статьи 6.bis Парижской конвенции по решению компетентного органа страны регистрации или страны применения товарного знака он может быть признан в этой стране общеизвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами данной Конвенции.

Согласно пункту 1 статьи 1508 ГК РФ по заявлению лица, считающего используемое в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации на основании его государственной регистрации, по решению Роспатента может быть признан общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если этот товарный знак в результате его интенсивного использования стал на указанную в заявлении дату широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

В соответствии с абзацем первым и подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента исчерпывающий перечень документов, необходимых в соответствии с нормативными правовыми актами для предоставления государственной услуги, подлежащих представлению заявителем, включает в себя подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы, в том числе заявитель имеет право представить в Роспатент документы, содержащие следующие сведения:

об интенсивном использовании товарного знака или обозначения, в частности, на территории Российской Федерации. При этом по инициативе заявителя указываются: дата начала использования товарного знака, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака или обозначения; объем реализации этих товаров; способы использования товарного знака или обозначения; среднегодовое количество потребителей товара; положение изготовителя на рынке в соответствующем секторе экономики и тому подобные сведения;

о странах, в которых товарный знак или обозначение приобрели широкую известность;

о произведенных затратах на рекламу товарного знака или обозначения (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 или обозначения, проведенного специализированной независимой организацией, которые могут быть оформлены с учетом рекомендаций, размещенных на Интернет-сайте Роспатента.

Согласно подпункту b пункта 1 статьи 2 Совместной рекомендации о положениях в отношении охраны общеизвестных знаков Всемирной организации интеллектуальной собственности, принятой на 34-й серии заседаний Ассамблей государств-членов ВОИС (далее – Рекомендация ВОИС) компетентный орган рассматривает представленную ему информацию о факторах, на основании которых можно сделать вывод о том, является ли знак общеизвестным или нет, в том числе, хотя и не ограничиваясь ею, информацию о следующем:

степени известности или признания знака в соответствующем секторе общества;

продолжительности, степени и географическом районе использования знака;

продолжительности, степени и географическом районе любой деятельности по продвижению знака, включая рекламу или пропаганду и презентацию на ярмарках или выставках товаров и/или услуг, для которых используется этот знак;

продолжительности и географическом районе осуществленных регистраций знака и/или любых заявок на его регистрацию в той степени, в какой они отражают использование или признание этого знака;

материалах, отражающих факты успешной реализации прав на знак, в частности, отражающих степень, в которой этот знак был признан общеизвестным компетентными органами;

ценности, присущей этому знаку.

Коллегия судей соглашается с доводом заявителя о том, что из оспариваемого решения Роспатента и его отзыва следует, что Роспатент фактически признал заявленное обозначение обладающим необходимой репутацией (известностью), обусловленной требованиями пункта 1 статьи 1508 ГК РФ.

Так в оспариваемом решении и отзыве Роспатент констатировал следующее:

представленные обществом материалы позволяют установить, что сервисы 2ГИС представлены в большом количестве городов: Альметьевск, Архангельск, Астрахань, Белгород, Бийск, Благовещенск. Братск, Владивосток, Владимир, Волгоград, Иваново, Иркутск, Калининград, Краснодар, Набережные Челны, Норильск, Новороссийск, Ростов-на-Дону, Саранск, Сочи, Ставрополь, Стерлитамак, Сургут, Тамбов, Таганрог, Тверь, Тула, Тюмень, Ханты-Мансийск, Шереметьево, Чита и т.д. через сеть партнеров-франчайзи;

Роспатентом были приняты во внимание объем переходов из поисковиков (google, yandex, mail.ru, rambler, bing, duckduckgo, baidu, yahoo) в мобильные приложения на iOS и Android, а также онлайн-версию 2ГИС за период с 01.01.2021 по 31.01.2024, скриншоты из различных приложений (AppStore, RuStore, Uptodown) с приведенными данными о количестве скачиваний и оценок мобильных приложений 2ГИС пользователями в различных магазинах приложений на март 2024, а также сведения об объемах оказания услуг, маркированных обозначением «2ГИС», с 2015 по 2022 годы копии договоров на размещение наружной рекламы, рекламы в сети «Интернет», рекламы в кинотеатрах и т.д., представленные в подтверждение деятельности по реализации услуг, маркированных заявленным словесным обозначением «2ГИС»;

деятельность заявителя освещается в различных средствах массовой информации;

представленные заявителем сведения подтверждают существенность затрат на рекламу геосервиса 2ГИС; российские блогеры рекламируют сервис «2ГИС» на своих YouTube-каналах и аккаунтах в социальных сетях, а затраты на рекламу на данных каналах/аккаунтах подтверждаются представленными в материалы дела доказательствами.

Коллегией судей также приняты во внимание и иные обстоятельства, установленные Роспатентом в оспариваемом решении и имеющие отношение к установлению известности (репутации) спорного обозначения, а именно, результаты опроса, изложенные в отчете ВЦИОМ, в соответствии с которыми со словесным обозначением «2ГИС» знаком 88% респондентов, 51% респондентов считает, что данное обозначение используется для таких услуг как «карты», 36% как «навигация», 28% как «поиск адреса/организации, справочник» (открытый вопрос); обозначение «2ГИС» для услуг «предоставление географических карт онлайн» знаком 92% респондентам; для услуг «предоставление информации в области маршрутов движения» знакомо 91% респондентам; для услуг «предоставление поисковых средств» знакомо 58% респондентам.

Кроме того, коллегия отмечает: значительная доля респондентов, знающих данное обозначение и сферу его применения, знакомы с правообладателем тестируемого обозначения: на открытый вопрос (без предложенных вариантов ответа) треть (33%) респондентов назвали «2ГИС» / «Дубль ГИС», на закрытый вопрос (с предложенными вариантами ответа) большинство (54%) респондентов назвали общество с ограниченной ответственностью «ДубльГИС»,

В то же время Роспатент пришел к оспариваемому заявителем выводу о том, что широкая известность оказываемых услуг под словесным обозначением «2ГИС» на российском рынке как продукт общества с испрашиваемой даты 01.01.2021, не прослеживается из совокупности представленных материалов, поскольку не формируется представление о широкой известности испрашиваемого в качестве общеизвестного товарного знака словесного обозначения «2ГИС».

Оценив доводы сторон по указанному вопросу, суд пришел к следующим выводам.

Общество обоснованно ссылается на то, что ни закон, ни какие-либо разъяснения высшей судебной инстанции не возлагают на заявителя обязанность устанавливать известность обозначения в отношении конкретного юридического лица.

Для вывода о том, что заявленное обозначение является общеизвестным, правовое значение имеют его известность и узнаваемость фактическими и/или потенциальными потребителями того вида товаров и/или услуг, для которых используется знак; лицами, участвующими в обеспечении каналов распространения того вида товаров и/или услуг, для которых используется знак; деловыми кругами, занимающимися тем видом товаров и/или услуг, для которых используется знак, и ассоциирование с источником происхождения товаров (оказания услуг) с использованием этого средства индивидуализации. Длительность такого использования может быть лишь одним из факторов, но не единственным и не решающим фактором, который влияет на формирование определенного представления в сознании потребителей в отношении заявленного обозначения. Обширность и релевантность круга потребителей применительно к конкретному обозначению также должны определяться компетентным органом с учетом Рекомендации ВОИС, что особенно актуально в отсутствие соответствующего регулирования на национальном уровне государства – члена Парижского союза. С учетом изложенного податель заявления вправе сам определять объем доказательств, которые, с его точки зрения, подтверждают совокупность необходимых фактов для признания обозначения общеизвестным товарным знаком (широкая известность заявленного обозначения на определенной территории среди соответствующих потребителей в отношении услуг заявителя), а административный орган обязан их полно и всесторонне оценить.

В силу пункта 1 статьи 1508 ГК РФ дата, на которую товарный знак (обозначение) признается общеизвестным, определяется исходя из того, как ее указал правообладатель в поданном заявлении, если на названную дату товарный знак (обозначение) отвечает признакам общеизвестности.

Вывод о приобретении спорным обозначением общеизвестности – следствие итога оценки доказательств, подтверждающих формирование у потребителей соответствующих товаров и услуг ассоциативной связи между таким обозначением и товарами и услугами, имеющими определенный источник происхождения.

Кроме того, судебная коллегия отмечает, что нормы международного и национального законодательства не связывают признание товарного знака в качестве общеизвестного с условием известности заявителя (как конкретного лица) потребителям соответствующих товаров/услуг, маркируемых товарным знаком. Осведомленность потребителя должна состоять в том, что товары происходят из одного и того же источника, но потребитель не обязательно должен идентифицировать товар с конкретным заявителем.

Для целей применения пункта 1 статьи 1508 ГК РФ определяющей является общеизвестность потребителям именно заявленного обозначения, а не известность заявителя, который обратился в компетентный орган за признанием указанного факта объективной действительности.

Следовательно, общеизвестность товарного знака не означает общеизвестность конкретного производителя.

Поэтому подход, предполагающий необходимость доказывания заявителем общеизвестности товарного знака как обозначения конкретного лица (заявителя), широко известного потребителям соответствующих товаров/услуг, маркируемых заявленным обозначением, не соответствует смыслу статьи 6.bis Парижской конвенции и пункта 1 статьи 1508 ГК РФ.

Исходя из представленных в материалы дела доказательств следует, что заявитель приобщил достаточные сведения о том, что он ведет системную деятельность в области навигации и картографии по всей стране, обозначение «2ГИС» на 01.01.2021 присутствовало на значительной части территории Российской Федерации, а также о том, что картами и навигатором «2ГИС» ежедневно пользуются как жители столиц, так и регионов.

Сам Роспатент установил широкую известность спорного обозначения среди пользователей данных услуг, констатировал, что общество понесло значительные траты на рекламу данных услуг.

Представленный в материалы дела социологический опрос показал высокое знание потребителями предоставляемых обществом услуг, а также известность спорного обозначения на 01.01.2021.

Учитывая информацию о количестве организаций, размещенных на карте 2ГИС за период с 01.01.2019 по 01.11.2023, о количестве переходов в 2ГИС из поисковых систем за 2019 год, о количестве пользователей мобильного приложения 2ГИС общества за январь-декабрь 2020 года – 46 359 441 человек (том 2, л.д. 83), о количестве скачиваний мобильного приложения 2ГИС за период с 01.05.2015 по 01.03.2024, о количестве активных пользователей 2ГИС за 2019-2020 годы, о действиях пользователей приложения 2ГИС за 2019 год, о затратах на рекламу, а также выраженного потребителем мнения, вывод Роспатента о том, что доказательства, представленные в материалы дела, не подтверждают общеизвестность заявленного словесного обозначения «2ГИС» в отношении заявленного перечня услуг, является необоснованным, поскольку потребителям хорошо известны услуги, оказываемые заявителем под спорным обозначением, что подтверждается результатами опроса ВЦИОМ.

Результаты указанного исследования, вопреки позиции административного органа, позволяют прийти к выводу о том, что со словесным обозначением «2ГИС» знакомо 88% респондентов, обозначение «2ГИС» для услуг «предоставление географических карт онлайн» знакомо 92% респондентам; для услуг «предоставление информации в области маршрутов движения» знакомо 91% респондентам.

Указанные результаты известности спорного обозначения для перечисленных рубрик являются высокими, с учетом количества уникальных активных пользователей сервиса, которые хотя бы один раз осуществили запуск мобильного приложения с территории Российской Федерации.

Судебная коллегия принимает во внимание, что данное социологическое исследование было проведено Всероссийским фондом изучения общественного мнения – одной из ведущих российских некоммерческих организаций, длительное время специализирующейся на проведении различных социологических исследований.

Выводы, изложенные в отчете ВЦИОМ, согласуются с материалами исследования, соответствуют предмету исследования, ответы респондентов не носят предположительный характер, а предложенная ВЦИОМ формулировка вопросов направлена на установление ассоциаций потребителей.

Отвечая на заданные вопросы, потребители соотнесли услуги именно с теми категориями услуг, для которых испрашивается общеизвестность спорного товарного знака.

Как следствие, выявленный Роспатентом уровень знаний потребителей непосредственно о заявителе как об источнике происхождения рассматриваемых услуг сам по себе не мог являться основанием для вывода о недоказанности заявителем широкой известности в Российской Федерации заявленного обозначения среди соответствующих потребителей в отношении услуг, источник происхождения которых связан с заявителем.

С учетом изложенного Суд по интеллектуальным правам не усматривает оснований не согласиться с мнением заявителя о неправильном применении (толковании) Роспатентом положений пункта 1 статьи 1508 ГК РФ.

Согласно пункту 138 постановления № 10, если по результатам рассмотрения дела об оспаривании решения Роспатента, принятого по результатам рассмотрения возражения, Судом по интеллектуальным правам установлено, что данный ненормативный правовой акт не соответствует закону или иному нормативному правовому акту и нарушает права и законные интересы заявителя, то суд согласно части 2 статьи 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации принимает решение о признании этого акта недействительным и в резолютивной части на основании пункта 3 части 4 статьи 201 названного Кодекса указывает на обязанность Роспатента устранить допущенные нарушения прав и законных интересов заявителя в разумный срок.

В рамках устранения допущенного нарушения суд вправе обязать Роспатент совершить соответствующие правоустанавливающие действия, а в случае необходимости (например, при отмене решения в связи с существенным нарушением процедуры его принятия) – рассмотреть заявление или возражение (послужившее основанием принятия Роспатентом оспоренного в суде решения) повторно, с учетом решения суда.

При признании решения федерального органа исполнительной власти – Роспатента незаконным у последнего возникает обязанность устранить допущенные нарушения прав и законных интересов заявителя в установленном законом порядке.

Учитывая, что обстоятельства, связанные с наличием признаков общеизвестности у заявленного обозначения, Роспатентом фактически установлены, однако при оценке таких обстоятельств Роспатентом неверно применена норма материального права, что привело к принятию неверного решения, и нарушений процедуры рассмотрения заявления не усматривается, коллегия судей не усматривает оснований для понуждения уполномоченного органа к повторному исследованию тех же фактических обстоятельств дела.

Права и законные интересы заявителя в данном случае подлежат восстановлению посредством обязания Роспатента внести обозначение «2ГИС» по заявлению общества от 10.07.2023 в Перечень общеизвестных в Российской Федерации товарных знаков в качестве общеизвестного товарного знака в отношении услуг 39-го класса МКТУ «предоставление информации в области маршрутов движения» и услуг 42-го класса МКТУ «предоставление географических карт онлайн».

В части выбора восстановительной меры суд отмечает, что по данной категории дел целесообразно учитывать принцип процессуальной экономии.

Согласно статье 110 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации судебные расходы, понесенные лицами, участвующими в деле, в пользу которых принят судебный акт, взыскиваются арбитражным судом со стороны.

Вместе с тем согласно части 5 статьи 65 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в случае, если доказательства представлены с нарушением порядка представления доказательств, установленного названным Кодексом, в том числе с нарушением срока представления доказательств, установленного судом, арбитражный суд вправе отнести на лицо, участвующее в деле и допустившее такое нарушение, судебные расходы независимо от результатов рассмотрения дела в соответствии с частью 2 статьи 111 того же Кодекса.

В силу части 2 статьи 111 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации арбитражный суд вправе отнести все судебные расходы по делу на лицо, злоупотребляющее своими процессуальными правами или не выполняющее своих процессуальных обязанностей, если это привело к срыву судебного заседания, затягиванию судебного процесса, воспрепятствованию рассмотрению дела и принятию законного и обоснованного судебного акта.

Суд по интеллектуальным правам определением от 15.05.2025 предлагал обществу в срок до 16.06.2025 представить дополнительные письменные пояснения с учетом озвученных в заседании вопросов и направить их в адрес суда и Роспатента.

Определением от 10.07.2025 Суд по интеллектуальным правам повторно предложил заявителю мотивированные пояснения со

ссылками на имеющиеся в материалах дела доказательства с обоснованием того, что заявленное обозначение соответствовало критериям общеизвестного товарного знака на испрашиваемую дату 01.01.2021 и на момент подачи соответствующего заявления в административный орган. Вместе с тем, данные пояснения были представлены обществом 13.08.2025 (непосредственно перед судебным заседанием 14.08.2025).

Несвоевременное раскрытие заявителем процессуальных документов послужило основанием для отложения судебного разбирательства, привело к затягиванию судебного процесса.

При данных обстоятельствах, с учетом соответствующего ходатайства Роспатента, суд усматривает основания для отнесения на общество судебных расходов по делу.

Руководствуясь статьями 110, 167–170, 176, 180 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Суд по интеллектуальным правам

РЕШИЛ:

заявление общества с ограниченной ответственностью «ДубльГИС» удовлетворить.

Признать недействительным решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (ОГРН 1047730015200) от 24.07.2024 об отказе в удовлетворении заявления от 10.07.2023 о признании обозначения «2ГИС» общеизвестным товарным знаком на территории Российской Федерации как не соответствующее норме пункта 1 статьи 1508 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Признать обозначение «2ГИС» по заявлению общества с ограниченной ответственностью «ДубльГИС» (ОГРН 1045401929847) от 10.07.2023 общеизвестным товарным знаком в отношении услуг 39-го класса «предоставление информации в области маршрутов движения» и услуг 42-го класса «предоставление географических карт онлайн» Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков с 01.01.2021 на имя общества с ограниченной ответственностью «ДубльГИС».

Обязать Федеральную службу по интеллектуальной собственности внести обозначение «2ГИС» по заявлению общества с ограниченной ответственностью «ДубльГИС» от 10.07.2023 в Перечень общеизвестных в Российской Федерации товарных знаков в качестве общеизвестного товарного знака.

Решение по настоящему делу вступает в законную силу немедленно и может быть обжаловано в президиум Суда по интеллектуальным правам в срок, не превышающий двух месяцев со дня его принятия.

Председательствующий судья

А.Н. Березина

Судья

В.В. Голофаев

Судья

Е.Ю. Щербатых