

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), Административный регламент 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 30.09.2015 за № 39065 (далее – Административный регламент ОИ) рассмотрела заявление, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 10.06.2022 г., о признании словесного

обозначения «**СИНЕРГИЯ**» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2020 г. на имя Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия» (далее – Заявитель), в отношении услуг 41 класса МКТУ «услуги образовательные».

Обозначение «**СИНЕРГИЯ**», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации

товарным знаком, является словесным обозначением, представляющим собой слово «СИНЕРГИЯ», выполненное шрифтом черного цвета, буквами в кириллице.

Для подтверждения общеизвестности обозначения

«**СИНЕРГИЯ**» Заявителем были представлены следующие материалы:

- Копия выписки из единого реестра государственных юридических лиц и уставные документы в отношении Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия» [1];

- История обозначения «Синергия» [2];

- Информация об учебных планах, программах, факультетах, количестве студентов и выпускников Университета «Синергия» [3];

- Рекламная информация об университете «Синергия» [4];

- Соглашения о предоставлении субсидии из федерального бюджета [5];

- Информация об образовательном канале «Синергия ТВ» [6];

- Сведения о зарегистрированных на имя заявителя товарных знаках со словесным элементом «Синергия» [7];

- Письма, благодарности и сертификаты Университета «Синергия» [8];

- Информация об аккредитации Association of MBAs, а также информация о профессорско-преподавательском составе Университета «Синергия» [9];

- Документы и материалы о международных партнерских отношениях [10];

- Договоры об оказании рекламных услуг для Университета «Синергия», с материалами, подтверждающими оплату и размещение рекламных материалов [11];

- Информация о доменных именах Университета «Синергия» (сертификаты и выписки) [12];

- Отчет об упоминании в СМИ Университета «Синергия» (подготовлен компанией «Медиалогия») [13];

- Презентация франшизы «Школа бизнеса «Синергия», договоры франчайзинга, акты и отчеты [14];

- Оригинал Отчета ВЦИОМ на Определение уровня известности обозначения «СИНЕРГИЯ», подготовлен Фондом ВЦИОМ 2019 г. [15];

- Оригинал Отчета ВЦИОМ на Определение уровня известности обозначения «СИНЕРГИЯ», подготовлен Фондом ВЦИОМ 2022 г. [16];

- Оригинал Отчета ВЦИОМ на Определение уровня известности обозначения «СИНЕРГИЯ», подготовлен Фондом ВЦИОМ 2019 г. [17];

- Флэш-накопитель, содержащий оцифрованные данные, такие как: сведения о рекламных кампаниях и форумах, филиалах и представительствах, сертификаты об аккредитации Association of MBAs и EFQUEL, дипломы, сведения о выпускниках и рейтингах учебного заведения [18];

Заявителем 09.09.2022 г. было подано ходатайство об изменении перечня услуг, в отношении которых испрашивается признание обозначения

« **СИНЕРГИЯ** » общеизвестным товарным знаком, на: услуги 41 класса МКТУ «услуги образовательные, а именно услуги по программам среднего, высшего и послевузовского профессионального образования, организация и проведение образовательных форумов».

- Справка о зачислении/выпуске лиц образовательного учреждения по годам (2020 г., 2021 г., 2022 г.) с градацией по направлениям образования: среднее профессиональное образование, высшее образование, дополнительное профессиональное образование [19];

- Справка об открытии новых направлений образовательного учреждения в период с января 2020 г. по 2022 г. [20];

- Справка о затратах на рекламу в период с января 2020 г. по 2022 г., а также акты, счета, технические задания на рекламу и т.д., подтверждающие затраты на рекламу в период с 01.01.2015 г. по 31.12.2019 г. [21];

- Перечень ссылок, подтверждающих достижения университета, его преподавателей, студентов и выпускников, а также сотрудничество за 2020 г. – 2022 г. [22];

- Список мероприятий, проведенных Заявителем в период с января 2020 г. по 2022 г. [23];

- Пояснительное письмо ВЦИОМ [24].

- Копии судебных решений по делу № 2-530/2021, по делу № 2-530/2021, по делу № А40-154395/21-105-676, по делу № А40-84596/22-134-464, определение по делам № 88-18691/2021 № 2-530/2021 о защите деловой репутации [25].

Заявителем 01.12.2022 г. было подано ходатайство о сокращении перечня услуг, в соответствии с которым, перечень услуг, в отношении которых испрашивается признание обозначения

« **СИНЕРГИЯ** » общеизвестным товарным знаком, был изменен на: услуги 41 класса МКТУ «услуги образовательные, а именно услуги по программам среднего, высшего и послевузовского профессионального образования».

- Учебные программы и направления, а также учебные планы по программам среднего, высшего и послевузовского профессионального образования [26];

- Договоры на оказание услуг от лица заявителя по программам среднего профессионального образования в период с 2017 г. по 2021 г. [27];

- Договоры, платежные документы и акты выполненных работ на размещение рекламных материалов на территории Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской Области [28].

- Справка, содержащая сведения о затратах на рекламу за период с 01.01.2020 г. по 30.06.2022 г. [29];

- Сведения о том, что высшие учебные заведения оказывают услуги среднего профессионального образования, в частности: справка, выданная

заявителем, выписки из Единого государственного реестра юридических лиц «Московский Гуманитарный Университет» и Московский Государственный Юридический Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА) [30].

По результатам рассмотрения данного заявления Роспатентом было принято решение от 20.01.2023 г. «отказать в удовлетворении заявления, поступившего 10.06.2022 г., о признании словесного обозначения

«**СИНЕРГИЯ**» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком».

Заявитель, не согласившись с решением Роспатента, обратился в Суд по интеллектуальным правам.

Судом по интеллектуальным правам от 20.07.2023 г. по делу № СИП-203/2023 было принято решение удовлетворить заявление Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия», признать недействительным решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 20.01.2023 г. и обязать Федеральную службу по интеллектуальной собственности повторно рассмотреть заявление Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия» от 10.06.2022 г.

Не согласившись с принятым судебным актом, Роспатент обратился в президиум Суда по интеллектуальным правам с кассационной жалобой, в которой просил отменить решение суда первой инстанции, направить дело на новое рассмотрение.

Рассмотрев кассационную жалобу Федеральной службы по интеллектуальной собственности, Президиум Суда по интеллектуальным правам 14.11.2023 г. постановил: решение Суда по интеллектуальным правам от 20.07.2023 по делу № СИП-203/2023 оставить без изменения, кассационную

жалобу Федеральной службы по интеллектуальной собственности – без удовлетворения.

Оспаривая постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.11.2023 г., Роспатент 15.01.2024 г. подал кассационную жалобу на решение Суда по интеллектуальным правам от 20.07.2023 г. и постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.11.2023 г. в Верховный Суд Российской Федерации.

Определением Верховного Суда Российской Федерации от 11.03.2024 г. в передаче кассационной жалобы Федеральной службы по интеллектуальной собственности для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации было отказано.

В соответствии с решением суда, заявление от 10.06.2022 г., о признании словесного обозначения « **СИНЕРГИЯ** » общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2020 г. рассмотрено коллегией повторно.

На заседании коллегий, состоявшихся 22.11.2023 г., 17.01.2024 г., 13.03.2024 г., 14.05.2024 г., 19.06.2024 г., коллегии были перенесены.

На заседании коллегии, состоявшемся 23.07.2024 г., Заявителем представлены дополнительные материалы:

- Рекламные сборники и презентации [31];
- Флеш-накопитель [32].

На заседании коллегий, состоявшихся 04.09.2024 г., 10.10.2024 г., коллегии были перенесены.

На заседании коллегии, состоявшемся 20.11.2024 г., изучив материалы дела было принято решение удовлетворить заявление, поступившее

10.06.2022 г., признать словесное обозначение « **СИНЕРГИЯ** » общеизвестным товарным знаком на имя Негосударственного

образовательного частного учреждения высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия» на территории Российской Федерации в отношении услуг 41 класса МКТУ «услуги образовательные, а именно услуги по программам среднего, высшего и послевузовского профессионального образования» с 01.01.2020 г.

Вместе с тем, в соответствии с резолюцией уполномоченного должностного лица Федеральной службы по интеллектуальной собственности было принято решение повторно рассмотреть заявление от 10.06.2022 г. о

признании обозначения «**СИНЕРГИЯ**» общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации товарным знаком на заседании коллегии 04.03.2025 г.

На заседании коллегий, состоявшихся 04.03.2025 г., 13.05.2025 г., коллегии были перенесены.

На заседании коллегии, состоявшемся 05.06.2025 г., изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении заявления, коллегия установила следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (10.06.2022 г.) его подачи, включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883 г. (далее – Парижская конвенция), Кодекс, Административный регламент ОИ.

В соответствии со статьей 6 bis (1) 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 требованиям, установленным пунктом 1 статьи 1508 Кодекса, по заявлению лица, считающего используемое им в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности такое обозначение может быть признано общеизвестным в

Российской Федерации товарным знаком, если это обозначение в результате интенсивного использования стало 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 ОИ исчерпывающий перечень документов, необходимых в соответствии с нормативными правовыми актами для предоставления государственной услуги, подлежащих представлению заявителем:

3) подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы (далее - 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.

Анализ фактических данных, содержащихся в поступившем заявлении и документах, приложенных к нему, свидетельствует о следующем.

Университет «Синергия» был основан 03.08.1995 г. и носил название «Негосударственное образовательное учреждение Институт «Московская высшая банковская школа» (Приложение [1]). По решению учредителей, с 1998 г. наименование Заявителя было изменено на «Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права». А в 2005 г. Университету было присвоено звание академии, в связи с чем Заявитель стал именоваться «Московская Финансово-Промышленная Академия». С 2011 г. Заявитель носит название «Московский финансово-промышленный университет «Синергия» (Приложение [2]).

Как следует из представленных материалов дела, Заявитель под обозначением «**СИНЕРГИЯ**» оказывает образовательные услуги по образовательным программам: начального общего образования, основного общего образования, среднего общего образования, среднего профессионального образования, высшего образования, по дополнительным образовательным программам. Вышеперечисленные услуги оказываются Негосударственным образовательным частным учреждением высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия» на основании государственной лицензии на осуществлена образовательной деятельности № 1015 от 02.06.2014 г. и свидетельства о государственной аккредитации № 2605 от 31.05.2017 г., № 3110 от 15.05.2019 г.

Вместе с тем, при осуществлении образовательных услуг, Заявитель использует иные средства индивидуализации, в связи с чем, как установлено из представленных документов (Приложение [7]), он является правообладателем серии товарных знаков, включающих словесные элементы

«СИНЕРГИЯ», «SYNERGY», по свидетельствам: № 490022, № 500542, № 491065, № 451026, № 623839, № 628613, № 638123, № 662433, № 665921, № 672470, № 682681, № 682519, № 681283, № 703309, № 703164, № 703161, № 703310, № 709669, № 703159.

Согласно представленным выпискам из единого государственного реестра юридических лиц от 09.08.2018 г., 01.01.2020 г., 18.02.2022 г. и уставу от 2019 г., содержащих сведения о филиалах и представительства юридического лица, Университет «Синергия» имеет широкую географию присутствия на территории Российской Федерации, которая представлена наличием филиалов и представительств вуза в таких субъектах, как: Карачаево-Черкесская Республика, Республика Калмыкия, Ямало-Ненецкий автономный округ, Омская область, Ростовская область, Краснодарский край, Волгоградская область, Амурская область, Астраханская область, г. Санкт-Петербург, Самарская область, Республика Башкортостан, Приморский край, Республика Дагестан, Псковская область, Алтайский край, Иркутская область, Кировская область, Мурманская область, Саратовская область, Костромская область, Рязанская область, Воронежская область, Тульская область, Республика Татарстан, Красноярский край, Новосибирская область, Калининградская область, Оренбургская область, Белгородская область, Смоленская область, Ярославская область, Удмуртская Республика, Нижегородская область, Брянская область, Тамбовская область, Республика Коми, Вологодская область, Ханты-Мансийский автономный округ, Свердловская область, Челябинская область, Московская область, Калужская область, Ставропольский край, Республика Мордовия, Тюменская область, Кабардино-Балкарская Республика, Ульяновская область, Липецкая область, Республика Адыгея, Республика Саха (Якутия).

В подтверждение оказания Заявителем образовательных услуг, им представлена справка о зачислении/выпуске лиц образовательного учреждения по годам (2020 г., 2021 г., 2022 г.) с градацией по направлениям образования: среднее профессиональное образование, высшее образование,

дополнительное профессиональное образование (Приложение [19]), в соответствии с которой общее число поступивших составило более 135 000 студентов.

Таким образом, коллегией установлено, что Заявителем широко используется обозначение « **СИНЕРГИЯ** » для маркировки услуг «услуги образовательные, а именно услуги по программам среднего, высшего и послевузовского профессионального образования», в течение длительного времени. При этом круг потребителей данных услуг широкий и не ограничивается определенной категорией лиц.

Анализ представленных материалов и документов показал, что в целях продвижения услуг Заявитель осуществляет размещение наружной рекламы, проводит рекламную кампанию в сети Интернет, транслирует рекламные ролики на телевидении, размещает публикации в СМИ, участвует в выставках и форумах.

В подтверждение осуществления рекламной деятельности, Заявителем представлена справка о затратах на рекламу по регионам в период с 01.01.2015 г. по 31.12.2019 г., в соответствии с которой в Москве затраты на рекламу составили 1 262 882 464,15 руб.; Московская область – 455 630 005 руб.; Краснодарский край – 41 878 030,38 руб.; Санкт-Петербург – 83 876 100,34 руб.; Свердловская область – 7 188 782,14 руб.; Ростовская область – 15 560 587,90 руб.; Республика Башкортостан – 14 757 081,14 руб.; Республика Татарстан – 14 302 137,20 руб.; Тюменская область – 9 694 313,82 руб.; Челябинская область – 12 508 169,60 руб.; Нижегородская область – 13 207 852,31 руб.; Самарская область – 10 370 066,20 руб.; Республика Дагестан – 8 879 328,91 руб.; Красноярский край – 9 850 521,59 руб.; Ставропольский край – 8 446 228,92 руб.; Новосибирская область – 7 368 281,61 руб.; Кемеровская область – 5 343 988,66 руб.; Пермский край – 5 498 672,22 руб.; Волгоградская область – 3 937 360,04 руб.; Саратовская область – 4 439 885,49 руб.; Иркутская область – 4 496 957,80 руб.; Воронежская область – 8 530 543,87 руб.;

Алтайский край – 4428 806,98 руб.; Оренбургская область – 4 730 617,27 руб.; Омская область – 3 295 364,57 руб.; Республика Крым – 12 592 770,81 руб.; Приморский край – 9 351 066,34 руб.; Ленинградская область – 17 062 590,60 руб.; Ханты-Мансийский автономный округ – 2 160 001,85 руб.; Белгородская область – 2 349 093,81 руб.; Тюменская область – 2 179 796,81 руб.; Удмуртская Республика – 2 653 785,91 руб.; Чеченская Республика – 1 333 095,41 руб.; Тульская область – 3 651 333,77 руб.; Владимирская область – 3 597 422,47 руб.; Хабаровский край – 1 980 350,41 руб.; Пензенская область – 3 834 929,56 руб.; Кировская область – 2 712 259,95 руб.; Тверская область – 2 683 074,80 руб.; Ярославская область – 2 582 232,36 руб.; Ульяновская область – 2 742 267,82 руб.; Чувашская Республика – 2 569 061,20 руб.; Брянская область – 5 203 676,87 руб.; Вологодская область – 3 741 359,73 руб.; Липецкая область – 3 437 332,04 руб.; Рязанская область – 3 996 972,29 руб.; Курская область – 3 927 161,62 руб.; Архангельская область – 3 760 043,05 руб.; Томская область – 3 570 289,03 руб.; Забайкальский край – 3 287 944,63 руб.; Калининградская область – 3 107 178,82 руб.; Тамбовская область – 2 524 023,48 руб.; Астраханская область – 2 510 087,31 руб.; Калужская область – 2 303 820,97 руб.; Ивановская область – 2 385 339,88 руб.; Республика Бурятия – 1 223 790,00 руб.; Республика Саха (Якутия) – 1 022 667,76 руб.; Смоленская область – 2 987 337,23 руб.; Кабардино-Балкарская Республика – 1 027 400,88 руб.; Курганская область – 2 433 252,81 руб.; Республика Коми – 2 336 695,09 руб.; Республика Мордовия – 2 899 913,16 руб.; Амурская область – 1 397 705,88 руб.; Мурманская область – 2 195 992,54 руб.; Орловская область – 2 581 935,27 руб.; Республика Северная Осетия – Алания – 2 553 039,04 руб.; Республика Марий Эл – 2 801 726,41 руб.; Костромская область – 1 637 637,83 руб.; Псковская область – 2 532 755,92 руб.; Республика Карелия – 1 658 900,09 руб.; Новгородская область – 3 605 625,44 руб.; Ямало-Ненецкий автономный округ – 854 515,17 руб.; Республика Хакасия – 907 622,79 руб.; Республика Ингушетия – 815 202,88 руб.; Сахалинская область – 543 923,73 руб.; Карачаево-Черкесская – 666 019,90 руб.; Республика Адыгея – 680 818,82 руб.;

Севастополь – 979 566,74 руб.; Республика Тыва – 523 047,25 руб.; Камчатский край – 515 779,25 руб.; Республика Калмыкия – 511 575,79 руб.; Республика Алтай – 2 676 479,13 руб.; Еврейская автономная область – 783 814,36 руб.; Магаданская область – 521 883,69 руб.; Чукотский автономный округ – 275 488,50 руб.; Ненецкий автономный округ – 636 374,94 руб.

Вместе с тем, Заявителем продемонстрированы объемы расходов на осуществление рекламной деятельности по продвижению услуг под

обозначением за период « **СИНЕРГИЯ** » по регионам за период с 01.01.2020 г. по 30.06.2022 г. общая сумма затрат составила 2 604 549 743 руб., из которых в 2020 г. потрачено 934 572 241 руб.; 2021 г. – 1 047 175 957 руб.; 2022 г. – 622 801 545 руб.

Как видно из представленных документов, сумма затрат на наружную рекламу по субъектам Российской Федерации за период с 01.01.2020 г. по 30.06.2022 г. составила 131 337 968 руб. По договору с контрагентом ООО «Вераолимп» (Москва) расходы на рекламу в 2020 г. составили 82 125 руб., ООО «Вэйвижн» (Москва): 2021 г. – 10 162 031,26 руб.; ООО «Гэллэри сервис» (Москва): 2021 г. – 9 730 550 руб., 2022 г. – 8 627 000 руб.; ООО «ДФ МЕДИА» (Москва): 2022 г. – 2 130 000 руб.; ИП Сумин Антон Александрович Московская область: 2021 г. – 7 040 500 руб., 2022 г. – 4 038 500 руб., ООО «Метро информ» (Москва): 2020 г. – 100 464,00 руб.; ООО «РА СА МЕДИА» (Москва): 2022 г. – 251 657,28 руб.; ООО «Русс аутдор» (Москва): 2020 г. – 2 872 300 руб., 2021 г. – 3 481 650 руб.; 2022 г. – 14 691 878,14 руб.; ООО «Альгиз» (Москва): 2020 г. – 2 100 000 руб., 2021 г. – 900 000 руб.; ООО «Газпроммедиа» (Москва): 2021 г. – 996 691,97 руб., 2022 г. – 2 183 760 руб.; АО «Медиа плюс» (Москва): 2022 г. – 285 768 руб.; ООО «Эверест» (Москва): 2020 г. – 6 131 580; ООО «НРА» (Москва): 2021 г. – 40 014 809,78 руб., 2022 г. – 5 531 512,79 руб.; ООО «НРА» (Волгоград) 2021 г. – 389 632,85 руб.; ООО «НРА» (Воронеж) 2021 г. – 409 823,38 руб.; ООО «НРА» (Екатеринбург) 2021 г. – 1 046 426,71 руб.; ООО «НРА» (Казань): 2021 г. – 609 472,29 руб.; ООО

«НРА» (Краснодар): 2021 г. – 1 123 447,66 руб.; ООО «НРА» (Красноярск): 2021 г. – 587 303,90 руб.; ООО «НРА» (Нижний Новгород) 2021 г. – 1 246 865,09 руб.; ООО «НРА» (Новосибирск): 2021 г. – 860 945,46 руб.; ООО «НРА» (Омск): 2021 г. – 509 805,77 руб.; ООО «НРА» (Пермь): 2021 г. – 869 682,72 руб.; ООО «НРА» (Ростов-на-Дону): 2021 г. – 943 654,46 руб.; ООО «НРА» (Уфа): 2021 г. – 614 654,36 руб.; ООО «НРА» (Челябинск): 2021 г. – 773 475,60 руб.

Заявитель осуществляет продвижение услуг под обозначением «**СИНЕРГИЯ**» на телевидении и радио, о чем свидетельствуют представленные договоры, заключенные с ТВ-каналами и радиоканалами, отчеты об исполнении рекламных услуг, эфирные справки о прохождении рекламного материала об Университете «Синергия». Реклама о Заявителе транслируется на таких каналах, как: «Матч ТВ», «Пятница», «Наше ТВ», «Наше Радио», «Ультра (Ultra)», «Rock FM (Рок ФМ)», «Радио Джаз», «Ретро ФМ», «Русское Радио».

Вместе с тем, как установлено из представленных в Приложении [6] сведений, Заявителем запущен российский телеканал бизнес-образования «Синергия ТВ», зарегистрированный в качестве официально подтверждённого средства массовой информации на имя ООО «Синергия Медиа».

Из представленных материалов установлено, что Заявитель осуществляет комплексную рекламную кампанию в сети Интернет.

Так, в соответствии с Приложением [11], для продвижения услуг 41 класса МКТУ «услуги образовательные, а именно услуги по программам среднего, высшего и послевузовского профессионального образования», информация об Университете «Синергия» размещается в сервисах контекстной (всплывающей) рекламы «Яндекс.Директ» и «Google AdWords».

Кроме того, Заявителю принадлежат аккаунты вуза «Университет «Синергия» в социальных сетях, а также сайты в сети Интернет с

зарегистрированными доменными именами через аккредитованного регистратора национальных доменов – «synergyonline.ru», «synergy.ru», «synergydigital.com», «synergymanagementforum.ru», «basicstrategies.ru», «трансформация.рф» (Приложение [12]).

Заявитель осуществляет адресную Интернет-рассылку информационных материалов на электронные адреса. Данный вид рекламной деятельности продемонстрирован Заявителем на примере 2017 г., в течение которого было отправлено 1 912 633 рекламных материалов.

В качестве количественного показателя, отображающего присутствие Заявителя в информационном пространстве, им представлен отчет информационно-аналитической системы «Медиалогия» за период с 01.01.2014 г. по 05.11.2018 г., в соответствии с которым, упоминание об университете «Синергия» в таких средствах массовой информации, как газеты, журналы, Интернет, информагентства, радио, телевидение, на федеральном и региональном уровнях, встречается 1978 раз (Приложение [13]).

Как следует из материалов дела, продвижение услуг Заявителя осуществляется в рамках участия в форумах и выставках. Так, согласно фактическим данным, представленным в Приложениях [11], [18], Заявитель становился участником таких мероприятий, как: Выставка Иннокентия Баранова Vinaigrette (2015 г.), PIR Expo Russian Hospitality Week (17.10.2016 г. – 20.10.2016 г.), ICEF Berlin (ноябрь 2016 г.), «Камчатка. Край земли» (28.02.2017 г.), «Языковое шоу Глазго» в Шотландии (10.03.2017 г. – 11.03.2017 г.), ICEF Dubai (февраль 2017 г.), ICEF Higher Education Partnership Forum (12.09.2019 г.), ICEF Spanish 2017 (сентябрь 2017 г.), The Global University of Malaysia 2017, ICEF Berlin (ноябрь 2017 г.), Международная образовательная выставка Rao Foreign Education Fair 2018 Индия, Ахмедабад, ICEF Beijing (октябрь 2018 г.), ICEF Кейптаун (май 2018 г.), Bhai Gurdas Group of Institution, ICEF China (октябрь 2018 г.), Военно-историческая реконструкция, Предпринимательский форум ТЕРРИТОРИЯ БИЗНЕСА.РФ,

Большой Московский предпринимательский форум «Трансформация 4»,
Большой Московский предпринимательский форум «Трансформация 5»,
Предпринимательский форум «Герои Российского бизнеса» (04.10.2017 г. –
05.10.2017 г.), «Молодой предприниматель Москвы», Synergy Insight Forum
2018 (23.04.2018 г. – 25.04.2018 г.), Synergy Global Forum 2016 (21.11.2016 г. –
22.11.2016 г.), Synergy Global Forum Алматы 2017 (01.12.2017 г. – 02.12.2017
г.), Synergy Insight Forum 2016 (23.04.2016 г. – 24.04.2016 г.), Synergy SMM
Forum (15.10.2018 г. – 16.10.2018 г.), Synergy Management Camp (12.10.2018 г.
– 13.10.2018 г.), China Business Forum 2018, Synergy Global Forum Москва
(27.11.2017 г. – 28.11.2017 г.), Synergy Digital Forum (25.03.2019 г. - 26.03.2019
г.), Synergy Executive Forum, Synergy Global Forum Москва 2018 (26.11.2018 г.
– 27.11.2018 г.), Synergy Charity Forum.

Из представленных документов (Приложение [14]) установлено, что в
рамках осуществления образовательных услуг, Заявителем в 2018 г. запущена
франшиза бизнес-образования Университета «Синергия». Для продвижения
образовательных продуктов, таких как конкурсы, семинары, форумы и
тренинги, компании ООО «Бизнес-образование» и ООО «Школа Бизнеса
Синергия» заключают договоры франчайзинга с заинтересованными лицами,
выступая от лица Негосударственного образовательного частного учреждения
высшего образования «Московский финансово-промышленный университет
«Синергия».

Таким образом, коллегией было установлено, что Заявитель проводит
активную и интенсивную рекламную кампанию, которая охватывает
значительный период времени и рассчитана на неограниченный круг лиц.
Данный установленный факт способствует признанию заявленного

словесного обозначения « **СИНЕРГИЯ** » общеизвестным товарным
знаком в отношении услуг Заявителя.

Как установлено из материалов дела, Заявителем представлен отчет о
результатах исследования, проведенного ВЦИОМ в период с 14.02.2019 г. по

26.02.2019 г., целью которого являлось определение уровня известности



комбинированного обозначения «
». Данное обозначение включает в свой состав словесный элемент «СИНЕРГИЯ» – тождественный обозначению по рассматриваемому заявлению.

В ходе исследования, которое было проведено в виде Интернет-опроса, опрошено 1500 человек из 6 городов Российской Федерации: г. Москва – 500 человек, г. Санкт-Петербург – 500 человек, г. Новосибирск – 125 человек, Екатеринбург – 125 человек, Казань – 125 человек, Омск – 125 человек. В опросе принимали участие жители отобранных городов в возрасте 16-35 лет, среди которых абитуриенты, студенты и аспиранты.

В ходе проведения исследования получены следующие результаты. Семь из десяти опрошенных (72%) сообщили, что им знакомо обозначение



«
». Отвечая на открытый вопрос, без предложенных вариантов ответов, 84% опрошенных, знакомых с тестируемым обозначением, отметили, что оно применяется для образовательных услуг. При исследовании сферы применения обозначения, 81% респондентов отметили, что его использует Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия».

Как следует из дополнительных материалов, Заявителем представлены отчеты о результатах исследований уровня известности обозначения

«**СИНЕРГИЯ**», проведенных ВЦИОМ в 2019 г. и в 2022 г.

Согласно представленным документам, социологический опрос в 2019 г. проведен в период с 16.10.2019 г. по 22.10.2019 г. в таких городах Российской Федерации, как: г. Москва – 500 человек, г. Санкт-Петербург – 500 человек, г. Новосибирск – 125 человек, Екатеринбург – 125 человек, Казань –

125 человек, Омск – 125 человек. Всего в ходе исследования опрошено 1500 человек в возрасте 16-25 лет, которые являются абитуриентами и студентами.

В соответствии с результатами исследования, 86% опрошенных сообщили, что им знакомо обозначение «**СИНЕРГИЯ**». Отвечая на открытый вопрос о сфере применения анализируемого обозначения, 62% участников опроса, знакомых с тестируемым обозначением, сообщили, что по их мнению обозначение используется для образовательных услуг. При этом, отвечая на вопрос о сфере использования обозначения «**СИНЕРГИЯ**» с предложенными вариантами ответа, 86% респондентов выбрали вариант «образовательные услуги». При определении лица, использующего тестируемое обозначение, 51% опрошенных отвечая на открытый вопрос, указали, что обозначение «**СИНЕРГИЯ**» использует образовательное учреждение/ вуз / университет / институт. Выбирая из предложенных вариантов ответа, три четверти опрошенных (75%) отметили, что обозначение «**СИНЕРГИЯ**» используется Негосударственным образовательным частным учреждением высшего образования «Московским финансово-промышленным университетом для индивидуализации оказываемых им образовательных услуг.

Как видно из представленных документов, в ходе проведения исследования в 2022 г., в период с 17.12.2021 г. по 22.12.2021 г., было опрошено 1500 человек возраст 18 лет и старше, которые лично посещали курсы повышения квалификации и/или образовательные курсы, семинары, тренинги и/или участвовали в бизнес-форумах период 5 лет до даты проведения исследования.

География исследования и объем выборки представлены следующим образом: г. Москва – 500 человек, г. Санкт-Петербург – 500 человек, г.

Новосибирск – 125 человек, Екатеринбург – 125 человек, Казань – 125 человек, Омск – 125 человек.

В соответствии с фактическими данными, указанными в результатах исследования, 72% опрошенных заявили, что им знакомо обозначение

«**СИНЕРГИЯ**». Отвечая на открытый вопрос, без предложенных вариантов ответа, 51% респондентов сообщили, что обозначение применяется для образовательных услуг, обучения. При выборе из предложенных вариантов ответа 83% участников опроса в качестве сферы применения

обозначения «**СИНЕРГИЯ**» назвали образовательные услуги, 52% указали организацию и проведение бизнес-форумов. На открытый вопрос о сфере применения тестируемого обозначения 40% опрошенных заявили, что тестируемое обозначение использует образовательное учреждение / учебное заведение / университет. Выбирая из предложенных вариантов, 77% отметили,

что обозначение «**СИНЕРГИЯ**» использует Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия».

Из представленных доказательств коллегия пришла к выводу, что испрашиваемое в качестве товарного знака обозначение

«**СИНЕРГИЯ**» в результате длительного и интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известно в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении оказываемых Заявителем услуг 41 класса МКТУ «услуги образовательные, а именно услуги по программам среднего, высшего и послевузовского профессионального образования».

Учитывая вышеизложенное, на основании абзаца второго пункта 77 Административного регламента коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить заявление, поступившее 10.06.2022 г., и признать словесное обозначение « СИНЕРГИЯ » общеизвестным товарным знаком на имя Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия», на территории Российской Федерации в отношении услуг 41 класса МКТУ «услуги образовательные, а именно услуги по программам среднего, высшего и послевузовского профессионального образования» с 01.01.2020 г.