

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее - Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 10.02.2025, поданное Пак Викторией Санбогиевной, Сахалинская область, город Южно-Сахалинск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023795162, при этом установила следующее.




Обозначение “ *by Victoria Pak* ” по заявке №2023795162 заявлено на регистрацию товарного знака с приоритетом по дате поступления 05.10.2023 в отношении товаров 18, 25 и услуг 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 10.10.2024 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023795162 в отношении товаров 18, 25 классов и

части услуг 35 класса МКТУ с указанием элемента «Vintage» в качестве неохраняемого.

В отношении остальной части услуг 35 класса МКТУ в регистрации было отказано ввиду выявления сходных до степени смешения обозначений:



товарным знаком [1] «», зарегистрированным на имя Маковецкого Виталия Анатольевича, 108818, Москва, пос. Десеновское, ул. Офицерская, 18, кв. 47, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ по свидетельству №699030 с приоритетом от 26.12.17,

Vintage cakes

- обозначением [2] «**Vintage cakes**», ранее заявленным на регистрацию в качестве товарного знака на имя Общества с ограниченной ответственностью «Дэлис», 125635, Москва, ул. Ангарская, 22, корп. 2, кв. 101, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ (заявка №2023772864 с приоритетом от 10.08.23).

При оценке однородности скорректированного заявителем перечня товаров и услуг 18, 25, 35 классов МКТУ услугам 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков экспертизой было установлено, что заявленные товары и услуги являются однородными тем услугам, для которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки, поскольку соотносятся как родовые и видовые, а также имеют одинаковое назначение.

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) на основании положений, предусмотренных пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, в результате проведения экспертизы комбинированного обозначения «VINTAGE by Victoria Pak», заявленного в отношении товаров и услуг 18, 25, 35 классов МКТУ, установлено, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «VINTAGE» («VINTAGE» - в переводе с английского – «Винтаж» – какие-либо старинные вещи, хорошо сохранившиеся и функционально пригодные в современном мире, см. Интернет-словари

[https://translate.google.ru/details?sl=auto&tl=ru&text=VINTAGE&op=translate;https://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=ВИНТАЖ&from=ru&to=xx&did=&style=;](https://translate.google.ru/details?sl=auto&tl=ru&text=VINTAGE&op=translate;https://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=ВИНТАЖ&from=ru&to=xx&did=&style=)

<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/596209>) является неохраняемым на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку в целом не обладает различительной способностью для всех товаров 18, 25 классов МКТУ, характеризует заявленные товары, а именно указывает на их свойства.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 10.02.2025 поступило возражение, доводы которого сводятся к следующему.

Заявитель считает, что слово «VINTAGE» является семантически нейтральным в отношении всех заявленных товаров и услуг, обладает различительной способностью.

По мнению заявителя, приведенные значения слова «VINTAGE» не указывают на его описательную способность, более того заявитель подчеркивает неделимость конструкции из слова «VINTAGE» и слов «BY VICTORIA PAK».

Заявитель приводит в пример регистрационную практику Роспатента о регистрации в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой

названия стиля: «», «», «», «MINIMALISM»,

«**ДЕНДИ**» по свидетельствам №№1023147, 932925, 355816, 985653, 590866

С применением пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса заявитель также выражает несогласие, указывая на то, что сопоставляемые обозначения не сходны по общему зрительному впечатлению.

Заявитель оспаривает однородность сопоставляемых услуг 35 класса МКТУ с товарным знаком по свидетельству № 699030, который действует в отношении узкого перечня услуг 35 класса МКТУ: «прокат фотокопировального оборудования; управление гостиничным; управление программами часто путешествующих; услуги фотокопирования». Заявитель сообщает о готовности исключить из перечня испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ следующие позиции: «обработка текста; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек;

услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]».

В отношении противопоставления с обозначением [2] заявитель сообщает о том, что в связи с установленным фактом регистрации обозначения лишь в отношении 30 класса МКТУ представляется возможным снять указанное в Решении противопоставление.

В возражении сообщается о деятельности заявителя, а именно, ИП Пак Виктория Санбогиевна на протяжении 15 лет занимается продвижением и развитием своего магазина под обозначением «VINTAGE», расположенных в различных торговых центрах: ТЦ «Панорама», 2 этаж, бутик 219; ТРК «Сити Молл», 3 этаж, бутик 309; ТРЦ «МЕГАБЕРЕЗКА», 2 этаж, лот 231.

Заявитель активно развивает свои социальные сети, где информирует рядовых потребителей относительно новых поступлений товаров, различных бонусах и акциях, заказывает рекламу своих заведений на местной радиостанции.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 10.10.2024 и зарегистрировать обозначение по заявке №2023795162 в отношении товаров 18, 25, и услуг 35 классов МКТУ.

С возражением представлены следующие материалы:

1. Информационное письмо;
2. Акт сверки взаимных расчетов за период: 02.01.2023 - 31.01.2025 между ИП Шубина Н. А. (ИНН 651201012165) и ИП Пак Виктория Санбогиевна магазин «VINTAGE» (ИНН 650802622396);
3. Эфирные справки.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (05.10.2023) даты подачи заявки №2023795162 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков

обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

В соответствии с пунктом 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

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

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

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение

значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

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

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено комбинированное




обозначение « *by Victoria Pak* » по заявке №2023795162, состоящее из словесных элементов «VINTAGE by Victoria Pak», выполненного буквами латинского алфавита, а также из изобразительного элемента в виде четырехлистника в окружности. Государственная регистрация заявленного обозначения испрашивается в черном, белом, желтом, темно-желтом, светло-желтом цвете для товаров 18, 25 и услуг 35 классов МКТУ с включением слова «VINTAGE» в объем правовой охраны товарного знака.

Vintage cakes

Противопоставление с обозначением « **Vintage cakes** » по заявке №2023772864 подлежит снятию ввиду того, что по заявке принято решение Роспатента о регистрации товарного знака по свидетельству №1073647 в отношении товаров 30 класса МКТУ «торты», то есть товаров, неоднородных испрашиваемым товарам и услугам 18, 25, 35 классов МКТУ.




Противопоставленный товарный знак [1] “” по свидетельству №699030 с приоритетом от 26.12.2017 выполнен оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарного знака действует в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Анализ обозначения по заявке №2023795162 на предмет его соответствия требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.



Сопоставление заявленного обозначения «» и



противопоставленного товарного знака [1] “” показало наличие в них тождественных словесных элементов «Vintage».

Звуковое и семантическое сходство обозначений является высоким, поскольку в обоих случаях доминирующим элементом является совпадающее слово «Vintage». Наличие дополнительных слов («by Victoria Pak») в заявленном обозначении не преодолевает совпадение наиболее крупного элемента, а, следовательно, не преодолевает вероятность ассоциирования сопоставляемых обозначений с одним источником происхождения.

Что касается анализа однородности сопоставляемых услуг 35 класса МКТУ, то коллегия приводит перечень позиций, в отношении которых в регистрации заявленного обозначения было отказано «демонстрация товаров; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство

рекламных фильмов; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; предоставление манекенов для рекламы; услуги рекламные и маркетинговые, предоставляемые посредством ведения блога». Перечисленные услуги относятся к рекламе, маркетингу, организации продаж.

Услуги 35 класса МКТУ «прокат фотокопировального оборудования; услуги фотокопирования; управление гостиничным бизнесом; управление программами часто путешествующих», перечисленные в перечне товарного знака по свидетельству №699030, не связаны с услугами рекламы и торговли товарами, так как представляют собой офисные функции и услуги помощи в управлении предприятием. Под помощью в управлении предприятием понимаются административные действия наемных сотрудников по осуществлению операционной деятельности компании, в то время как задачи услуг реализации и рекламы товаров заключаются в оказании услуги третьим лицам по продаже их товаров и повышению спроса на них в отсутствии связи с операционной деятельностью производителей товаров.

Таким образом, сопоставляемые услуги не являются однородными, а, следовательно, поэтому отсутствуют основания для вывода о вероятности смешения сравниваемых обозначений.

Обозначение по заявке №2023795162 соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении приведенного выше перечня услуг 35 класса МКТУ.

Анализ обозначения по заявке №2023795162 на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Слово «Vintage» имеет значение прилагательного «марочный; выдержанный старинный; классический, устаревший, старомодный; зрелый; относящийся к периоду 1916-1930 гг. (об автомобилях); сбор винограда; сезон сбора винограда; годовичная продукция винограда или вина; вино урожая определённого года; марочное вино, вино высшего качества (тж. vintage wine); дата производства или выпуска чего-л., особ. отдалённая; возраст; срок службы; - эк. поколение техники», глагола – «собирать виноград, делать (виноградное) вино».

Кроме того, слово «Vintage» переводится на русский язык как «винтаж» (<https://www.englishlanguage.ru/перевод/русский-английский/Винтаж>) и означает «стилизованное направление в моде и искусстве, особенно в одежде и предметах домашнего обихода, ориентирующееся на возрождение модных направлений прошлых поколений, эпох» (<https://kartaslov.ru/значение-слова/винтаж>).

Таким образом, значения «в стиле ретро», «модный старинный» являются релевантными применительно к одежде, обуви, аксессуарам, кожаным изделиям.

Значения, на которые ссылается заявитель - «делать вино» применимы к соответствующим товарам, но не в отношении испрашиваемого перечня.

Следовательно, в отношении товаров 18 и 25 классов МКТУ, представляющих собой предметы одежды и аксессуаров из кожи, слово «Vintage» прямо указывает на стиль, дизайн или характер изделия, воспринимается как описательное, и, по сути, ориентирует относительно эстетических или стилистических свойства товара. В отношении услуг 35 класса МКТУ, связанных с реализацией и рекламой товаров, слово «Vintage» ориентирует относительно назначения услуг по реализации товаров в стиле ретро.

Таким образом, для испрашиваемых товаров 18, 25 и услуг 35 классов МКТУ словесный элемент «Vintage» заявленного обозначения не обладает различительной способностью и должен оставаться свободным для использования иными лицами в гражданском обороте.

Вместе с тем, коллегия отмечает, что в заявленном обозначении элемент «Vintage» не занимает доминирующее положение, следовательно, заявленное обозначение может быть зарегистрировано для вышеуказанных товаров и услуг с

выведением из правовой охраны элемента «Vintage» на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В отношении примеров заявителя о зарегистрированных товарных знаках в отношении слов, обозначающих стилистику, коллегия отмечает, что по каждой заявке ведется самостоятельное делопроизводство.

Относительно представленных с возражением документов (1-3) о приобретенной различительной способности заявленного обозначения в целом ввиду его интенсивного использования коллегия отмечает, что эфирная справка [3] отражает сведения по заказу от 26.12.2023, что позднее даты приоритета заявленного обозначения, то есть выходит за рамки исследуемого периода. Акт взаимных расчетов свидетельствует о размещении и более ранних заказов, однако, большая их часть пришлась на период после даты приоритета заявленного обозначения. Исследование мнения потребителей об узнаваемости в обозначении по заявке №2023795162 средства индивидуализации заявителя также не представлено. В совокупности материалы (1-3) оценены коллегией как недостаточные для вывода о приобретенной различительной способности слова «Vintage» в составе заявленного обозначения в целях включения его в объем правовой охраны товарного знака в отношении испрашиваемых товаров и услуг 18, 25, 35 классов МКТУ.

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

удовлетворить возражение, поступившее 10.02.2025, изменить решение Роспатента от 10.10.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2023795162.