


## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее - Кодекс), и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 №56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 30.03.2023 возражение, поданное ООО «МИР САМОВАРОВ.РУ», Санкт-Петербург (далее - заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021781004, при этом установлено следующее.

Государственная регистрация комбинированного обозначения «» по заявке №2021781004, поданной 07.12.2021, испрашивается на имя заявителя в отношении услуг 35 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента от 08.12.2022 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021781004 было принято на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пунктов 1 (3), 3 (1), 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано следующим.

Заявленное обозначение включает в свой состав элементы «МИР» и «САМОВАРОВ», при этом слово «МИР» (все сущее; бытие этого сущего, выступающего в определенных областях (напр., «М. природы», «М. физики», «М. культуры», «М. искусства» и т.п.; какая-н. отдельная сфера жизни или область предметов, явлений см. Философия: Энциклопедический словарь. — М.: Гардарики.

Под редакцией А.А. Ивина, Толковый словарь Ушакова. Д.Н. ) выполнено желтым цветом, а слово «САМОВАРОВ» (самовар - металлический прибор для кипячения воды с топкой внутри, наполняемой угольями, см. Толковый словарь Ушакова. Д.Н.) - белым.

Поскольку слова являются значимыми, слитное написание не меняет семантического значения данных слов.

Обозначение «МИР САМОВАРОВ», а также подобные ему широко используются различными производителями для маркировки услуг, однородных заявленным (см. Интернет, например: <https://mir-samovarov.ru>, <https://www.spr.ru/moskva/mir-samovarov.html>, [https://centr.bizspravka.org/moskva/firm/internet-magazin\\_mir-samovarov\\_kojevnicheskaya](https://centr.bizspravka.org/moskva/firm/internet-magazin_mir-samovarov_kojevnicheskaya), [https://mirsamovarov.ru/kontakty/o\\_kompanii.php](https://mirsamovarov.ru/kontakty/o_kompanii.php), <https://mir-samovarov-1.blizko.ru>, <https://gorodprima.ru/2022/11/07/v-krasnoyarske-otkrylsya-chastnyj-muzej-samovarov/> и др.).

Обозначение, в отношении которого экспертизой установлены многочисленные источники информации, свидетельствующие о широком использовании различными лицами, не способно индивидуализировать изготовителя товаров/услуг, так как оно не воспринимается как обозначение товаров и услуг конкретного изготовителя, в связи с чем регистрация такого обозначения прямо противоречит функции товарного знака.

Суммируя вышеизложенное, заявленное обозначение в целом воспринимается в описательном аспекте в качестве характеристики услуг, а не их маркировки, средства индивидуализации, в связи с чем не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Элемент «RU», как указано в графе 526 заявки, является неохраняемым (пункт 1 статьи 1483 Кодекса).

Учитывая семантическое значение заявленного обозначения, в отношении части услуг 35 класса МКТУ (например, «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями, управление гостиничным бизнесом; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; службы административные по медицинским направлениям) оно способно ввести потребителя в заблуждение относительно их назначения, в связи с чем

не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса.

Также заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком «САМОВАРОВ», зарегистрированным под № 252174 [1] с датой приоритета от 01.08.2002 (срок продлен), на имя Общества с ограниченной ответственностью "ЭСНА ТМ", 121309, Москва, ул.Б.Филевская, д.21, корп.2, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ.

Представленные заявителем распечатки поискового запроса Интернет-сайтов, а также выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «МИР САМОВАРОВ.РУ» не содержат достаточных сведений об использовании заявленного обозначения, носят декларативный характер и не могут быть признаны документами, подтверждающими наличие приобретенной различительной способности.

В Роспатент 30.03.2023 поступило возражение, основные доводы которого сводятся к следующему:

- оценка обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 ГК РФ производится исходя из восприятия этого обозначения обычными потребителями – адресатами товаров, для индивидуализации которых испрашивается правовая охрана обозначению, в отношении конкретных товаров;

- в пункте 1.6 Информационной справки, подготовленной по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 ГК РФ, утвержденной постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 5 апреля 2017 года № СП-23/10, установлено, что оценка обозначения производится в отношении конкретного обозначения в том виде, в котором это обозначение зарегистрировано или заявлено на государственную регистрацию. Соответственно, экспертиза должна была рассматривать именно элемент «МИРСАМОВАРОВ.RU» - в том виде, как он заявлен на регистрацию. Единое написание превращает словесный элемент в единое фантазийное слово, что повышает различительную способность. Таким образом, произвольно делить его на два

самостоятельных слова, выделять из его состава части нельзя, слово является единым элементом;

- в словарях отсутствует слово «МИРСАМОВАРОВ», что подтверждается приведенными источниками;

- учитывая многозначность слова «МИР», заявленное обозначение может иметь следующие интерпретации: название выдуманной автором планеты или устройства жизни ее населения; выдуманное сказочное место, в котором живут одушевленные самовары; собрание сельской общины, на которое нужно приходить со своим самоваром; образное название мирного соглашения стран, имеющих угольные запасы. Круг возможных значений словосочетания «МИР САМОВАРОВ» и его восприятие зависит от кругозора и фантазии конкретного потребителя. Заявляемое обозначение, таким образом, является оригинальным, фантазийным, не употребляется в повседневной жизни, не является привычным. Соответственно, заявленное обозначение не может быть отнесено ни к одной из категорий, указанных в пункте 1 статьи 1483 Кодекса;

- само по себе присутствие в составе товарного знака словосочетания по типу «мир чего-то» или «какой-то мир» не свидетельствует об описательности обозначения. Заявитель приводит более 30 примеров зарегистрированных товарных знаков со словом «МИР»;

- Президиум Суда по интеллектуальным правам в своем Постановлении от 04.10.2021 по делу № СИП-1047/2020 отметил, что административный орган при регистрации других товарных знаков связан своими выводами, сделанными в отношении одинаковых элементов товарных знаков. Кроме того, в пункте 3 Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений, утвержденных приказом Российского агентства по патентам и товарным знакам от 23.03.2001 № 39, отмечено, что одно и то же обозначение может в отношении одних товаров быть признано описательным, в отношении других – ложным, в отношении третьих – фантазийным. В связи с этим должны учитываться имеющиеся или вероятные ассоциативные связи, возникающие у потребителей в связи с каждым товаром, для которого предоставлена или испрашивается правовая охрана спорного обозначения;

- вопреки утверждению о том, что экспертизой было установлено, что словесный элемент «МИРСАМОВАРОВ» в настоящее время используется множеством лиц, доказательств этому в тексте решения не приведено, приведенные в решении Роспатента ссылки на сайты не содержат соответствующей информации;

- по ссылке <https://mir-samovarov.ru> отсутствует информация о дате размещения соответствующей информации. Сайт <https://mir-samovarov-1.blizko.ru> не содержит информации о конкретном лице, осуществляющем деятельность, а также дату размещения соответствующей информации. Приведенные сайты [https://centr.bizspravka.org/moskva/firm/internet-magazin\\_mirsamovarov\\_kojevnicheskaya](https://centr.bizspravka.org/moskva/firm/internet-magazin_mirsamovarov_kojevnicheskaya), <https://www.spr.ru/moskva/mir-samovarov.html> не содержат информации о конкретном лице, осуществляющем деятельность. По ссылке [www.samovarov.net](http://www.samovarov.net), приведенной на данных сайтах, Интернет-сайт отсутствует. Сайт [https://mirsamovarov.ru/kontakty/o\\_kompanii.php](https://mirsamovarov.ru/kontakty/o_kompanii.php) принадлежит самому заявителю по заявке. По ссылке <https://gorodprima.ru/2022/11/07/v-krasnoyarske-otkrylsya-chastnyj-muzejsamovarov/> вообще не предлагаются никакие услуги 35 класса МКТУ, это новость об открытии музея;

- приведенные в тексте решения сайты не содержат каких-либо документально подтвержденных сведений о дате размещения на сайте информации, что не позволяет соотнести эти данные с датой подачи заявки, не содержат сведений об осуществлении фактической деятельности с использованием указанного обозначения, об объемах реализованных услуг, однородных заявленным услугам 35 класса МТКУ, об объемах затрат на рекламу, о степени информированности потребителя об оказываемых услугах. Сам факт наличия в сети Интернет сайта и размещения на сайте информации не гарантирует и не подтверждает известность размещенного обозначения, не может свидетельствовать о доведении до сведения потребителей информации об оказании каких-либо видов услуг, при том, что отсутствуют сведения об объемах производства и продажах, сведения о широком круге потребителей, посетивших сайт;

- выше было приведено обоснование того, что заявленное обозначение не характеризует услуги в заявленном классе МКТУ, соответственно, оно не способно

таким образом содержать ложных сведений о назначении этих услуг, следовательно, не способно ввести потребителя в заблуждение;

- заявленное обозначение и противопоставленный словесный товарный знак «САМОВАРОВ» по свидетельству № 252174 не являются сходными до степени смешения. Кроме того, указанный товарный знак не может препятствовать регистрации, поскольку правовая охрана данного товарного знака прекращена. Согласно Открытым реестрам ФИПС срок действия противопоставленного товарного знака по свидетельству № 252174 истек 02.08.2022;

- словесный элемент заявленного обозначения повторяет фирменное наименование заявителя. Заявитель ООО «МИР САМОВАРОВ.РУ» (192148, г. Санкт-Петербург, ул. Ольги Берггольц, д. 35, литер А, пом. 143) зарегистрирован 09.02.2009 г. Фирменное наименование закреплено с момента регистрации. С 2009 года заявитель использует домен <https://mirsamovarov.ru/>, на котором расположен интернет-магазин заявителя, который активно и непрерывно функционирует, предлагая товары и услуги под заявленным обозначением. В ответе на уведомление приводились архивные копии сайта, однако данное обстоятельство не было прокомментировано экспертизой. Заявленное обозначение используется в официальном сообществе заявителя в социальной сети Вконтакте - [https://vk.com/mir\\_samovarov](https://vk.com/mir_samovarov). Заявленное обозначение также используется заявителем на вывесках и в рекламе магазинов заявителя, расположенных в г. Санкт-Петербург: магазин по адресу: ул. Ольги Берггольц, д. 35 А, метро «Елизаровская» (на сайте заявителя размещено рекламное видео, наглядно демонстрирующее вывески [https://mirsamovarov.ru/kontakty/spb.php?ELEMENT\\_ID=532](https://mirsamovarov.ru/kontakty/spb.php?ELEMENT_ID=532)); магазин по адресу: Выборгское шоссе, д. 22, метро «Озерки» (на сайте заявителя размещено рекламное видео, наглядно демонстрирующее вывески [https://mirsamovarov.ru/kontakty/spb.php?ELEMENT\\_ID=522](https://mirsamovarov.ru/kontakty/spb.php?ELEMENT_ID=522));

- заявитель также оказывает услуги снабжения товарами третьих лиц – региональные оптовые поставки, имеет широкую сеть партнеров по продаже различных товаров. Таким образом, заявленное обозначение в течение длительного времени используется заявителем для индивидуализации части заявленных услуг.

С учетом изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 08.12.2022 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021781004 в отношении всего заявленного перечня услуг 35 класса МКТУ.

Также заявителем было представлено дополнение к возражению, в котором, в частности, указано, что словосочетание «МИР САМОВАРОВ» без соответствующего контекста не имеет единственного значения, которое бы являлось основным и/или наиболее распространённым. Так, учитывая многозначность слова «МИР», заявленное обозначение может иметь следующие интерпретации: название выдуманной автором планеты или устройства жизни ее населения; выдуманное сказочное место, в котором живут одушевленные самовары; собрание сельской общины, на которое нужно приходить со своим самоваром и др. Круг возможных значений словосочетания «МИР САМОВАРОВ» и его восприятие зависит от кругозора и фантазии конкретного потребителя. Следовательно, заявляемое обозначение является оригинальным, фантазийным, не употребляется в повседневной жизни, не является привычным. Соответственно, заявленное обозначение обладает различительной способностью. Кроме того, заявителем приведены примеры из административной практики, касающиеся регистрации товарных знаков со словом «МИР».

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

С учетом даты (07.12.2021) подачи заявки №2021781004 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015 за № 38572, введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

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

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

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 настоящей статьи не применяются в отношении обозначений, которые:

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

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

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в



отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось

потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.


Исходя из требований пункта 37 Правил, при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с пунктом 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 том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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.

Заявленное обозначение «» представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из прямоугольника красного цвета, и словесного элемента «МирСамоваров.RU», выполненного стандартными шрифтами, расположенного на фоне прямоугольника. При этом слова «Мир» и «Самоваров» написаны слитно, без пробела, «Мир» и «.RU» выполнены желтым цветом, а «Самоваров» - белым.

Правовая охрана обозначения испрашивается в отношении услуг 35 класса МКТУ-*абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов;*

онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных

материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенингов для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций;

*услуги фотокопирования; экспертиза деловая; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров.*

Как было указано выше, решение Роспатента об отказе в государственной регистрации заявленного обозначения в отношении всех указанных в перечне заявки услуг 35 класса МКТУ основано на его противоречии требованиям пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Анализ заявленного обозначения на предмет его соответствия требованиям пунктов 1, 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Коллегия отмечает, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «МирСамоваров», несмотря на слитное написание и выполнение слов буквами разного цвета, что не меняет семантику этого обозначения, не воспринимается как некое фантазийное обозначение, смысловое значение которого является непонятным рядовому российскому потребителю, и представляет собой словосочетание «Мир самоваров». При этом следует отметить, что с учетом одного из значений слова «мир» (мир – совокупность всех форм материи в земном и космическом пространстве, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/278012>) обозначение «Мир самоваров» в отношении услуг по продаже и продвижению товаров, относящихся к самоварам и товарам для чаепития и кипячения воды, однозначно, без домысливания и дополнительных рассуждений воспринимается как некое пространство, например, интернет-пространство, в котором представлены самовары разного вида и конструкции, а также связанные с ними товары, или как специализированный магазин по продаже указанных товаров.

В связи с изложенным заявленное обозначение воспринимается в качестве характеристики услуг по продаже и продвижению товаров определенного вида. Подтверждением вывода об отсутствии у обозначения различительной способности служат ссылки на ряд сайтов сети Интернет, на которых обозначение «Мир самоваров» используется различными лицами при продвижении товаров, связанных с чаепитием (см., например, <https://mir-samovarov.ru>, <https://www.spr.ru/moskva/mir-samovarov.html>, [https://centr.bizspravka.org/moskva/firm/internet-magazin\\_mir-samovarov\\_kojevnicheskaya](https://centr.bizspravka.org/moskva/firm/internet-magazin_mir-samovarov_kojevnicheskaya),

1-etaj; [https://mirsamovarov.ru/kontakty/o\\_kompanii.php](https://mirsamovarov.ru/kontakty/o_kompanii.php), <https://mir-samovarov-1.blizko.ru> и др.

В этой связи целесообразно отметить, что обозначения, характеризующие товары (услуги), должны быть свободными для использования всеми производителями (лицами, оказывающими услуги) в гражданском обороте в соответствии с требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Что касается доводов о длительном использовании заявленного обозначения, то в отсутствии сведений об объемах оказываемых услуг, о затратах на рекламу; длительности и интенсивности использования; а также сведений об информированности потребителя об услугах заявителя, маркированных заявленным обозначением, в том числе проведенных социологических исследований, например, опроса общественного мнения, позволяющего оценить известность российскому потребителю заявленного обозначения как средства индивидуализации услуг заявителя, доводы заявителя об использовании обозначения не позволяют прийти к выводу, что на дату приоритета заявки №2021781004 заявленное обозначение уже воспринималось потребителем как товарный знак для маркировки услуг 35 класса МКТУ, оказываемых заявителем.

На основании вышеизложенных фактов нельзя сделать вывод о том, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в качестве средства индивидуализации услуг заявителя.

При указанных обстоятельствах у коллегии отсутствуют основания считать неправомерным вывод Роспатента о том, что заявленное обозначение противоречит требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении услуг 35 класса МКТУ, связанных с продажей и продвижением товаров, а именно: «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; макетирование рекламы; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в

коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; услуги PPC; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность интернет-магазинов по продаже товаров».

Анализ заявленного обозначения «» на предмет его соответствия требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Вывод экспертизы о несоответствии исследуемого обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса ввиду его способности ввести потребителя в заблуждение следует признать обоснованным в отношении следующей части испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ: «продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей;



продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; службы административные по медицинским направлениям; управление коммерческими проектами для строительных проектов», поскольку представление о том, что под заявленным обозначением, характеризующим услуги по продаже и продвижению товаров определенного вида, могут продаваться указанные товары и оказываться услуги медицинской направленности, а также услуги, относящиеся к строительству) не соответствует действительности, что способно ввести потребителя в заблуждение.

Что касается остальных испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ (абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на газеты для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск

информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; пресс-службы; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; регистрация данных и письменных сообщений; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги

секретарей; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая), то в отношении этих услуг заявленное обозначение не является их характеристикой и не способно ввести потребителя в заблуждение, следовательно, является фантазийным обозначением, обладающим различительной способностью.

Относительно того, что заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса ввиду его сходства до степени смешения с товарным знаком [1], коллегия отмечает, что срок действия указанного товарного знака истек 02.08.2022, в связи с чем он не может быть противопоставлен заявленному обозначению. Таким образом, основания для признания заявленного обозначения несоответствующим пункту 6 статьи 1483 Кодекса отсутствуют.

Элемент «RU», входящий в состав заявленного обозначения, является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, что в возражении не оспаривается.

Что касается приведенных в возражении примеров регистраций товарных знаков, включающих слово «Мир» в сочетании с другими словами, например, mir-kubikov, Мир Вышивки mirkrestikom.ru, Mir-sporta.com, mirdeserta, Мир кварца, Мир лепки, Мир механиков, Вязаный мир и т.д., то указанные товарные знаки не воспринимаются как характеристики услуг по продвижению конкретных товаров определенного вида, к тому же часть из них выполнена в латинице. Кроме того, данные примеры не отражают практику Роспатента по регистрации подобных обозначений, а являются, скорее, исключением, поскольку в большей части регистраций товарных знаков, образованных по принципу «мир каких-либо товаров, предметов», для услуг 35 класса МКТУ словесные элементы выведены из самостоятельной правовой охраны, см., например, свидетельства №№472105, 482608 на комбинированные товарные знаки «Мир аккумуляторов», 720546 «Мир шапок», 698582 «Мир мебели», 859048 «Мир оптики», 806376 «Мир лекарств», 775949 «Мир одежды и обуви», 761451 «Мир семян», 866197 «Мир обуви», 750071 «Мир газа», 659078 «Мир кроссвордов» и др.

Таким образом, с учётом всего изложенного следует признать, что заявленное обозначение может быть зарегистрировано только в отношении части услуг 35 класса МКТУ с указанием в качестве неохраняемого элемента обозначения «RU».

В соответствии с вышеизложенным коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**удовлетворить возражение, поступившее 30.03.2023, отменить решение Роспатента от 08.12.2022 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021781004.**