



согласно которому было установлено следующее.

Включенные в состав заявленного обозначения слова «магазин напольных покрытий» являются неохраняемыми на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Словесный элемент «МОС-ПАРКЕТ» заявленного обозначения представляет собой сложносоставной словесный элемент, начальной частью которого является «МОС» (общепринятое сокращение от «Московский», см. <http://www.sokr.ru/мос/>), а конечной «ПАРКЕТ» (покрытие пола, выполненное из отдельных паркетных планок или щитов с наклеенными на основание паркетными планками или элементами из листов древесины, например, шпона, см. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/118643/Паркет>, Энциклопедия терминов, определений и пояснений строительных материалов). В связи с изложенным, включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент «МОС-ПАРКЕТ» не обладает различительной способностью, поскольку характеризует заявленные услуги, а именно указывает на назначение услуг, место оказания услуг, местонахождение заявителя, в связи с чем является неохраняемым на основании положения, предусмотренного пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

При этом экспертиза указала, что заявленное обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, в случае представления заявителем сведений о приобретении заявленным обозначением различительной способности. Представленных заявителем с ответом на уведомление документов было не достаточно для того, чтобы сделать вывод о приобретении заявленным обозначением различительной способности в результате его длительного и интенсивного использования на территории Российской Федерации.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 24.06.2021 поступило возражение на решение Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель в подтверждение приобретения заявленным обозначением различительной способности представляет сведения (договоры и счета на оказание услуг, акты сверки, скриншоты сайтов из Интернет-архива) об объемах затрат на рекламу своих услуг в сети Интернет, в том числе, через интернет-магазин mos-

parkett.ru, о количестве посетителей магазина, об использовании заявленного обозначения в наружной рекламе;

- к возражению прилагаются материалы, подтверждающие широкую географию использования заявителем заявленного обозначения в качестве знака обслуживания для заявленных услуг 35 класса МКТУ;

- заявитель неоднократно принимал участие в международных выставках строительных и отделочных материалов, что свидетельствует об известности оказания услуг заявителем под заявленным обозначением.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров, а именно, напольных покрытий; презентация товаров, а именно, напольных покрытий на всех медиасредствах с целью розничной продажи; распространение образцов напольных покрытий; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, а именно, напольных покрытий; услуги оптовой и розничной продажи товаров, а именно, напольных покрытий с использованием интернет-сайтов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами, а именно, напольными покрытиями]» с исключением из правовой охраны словесных элементов «магазин напольных покрытий».

В подтверждение изложенных доводов заявителем представлены следующие материалы:

- счета на размещение материалов на проекте “Яндекс.Директ” (1);
- договоры на оказание услуг №73 от 20.04.2017, №74 от 10.05.2017, №213 от 20.01.2016, №211 от 25.03.2016 (2);
- архивные данные в сети Интернет с заявленным обозначением (3);
- договор подряда №14012-2 от 14.01.2019 (4);
- заказы и счета-фактуры на поставку напольных покрытий (5);
- информация об участии в выставках, фотографии стенда (6).

Впоследствии заявителем в дополнение к материалам возражения был приложен социологический опрос Фонда “ВЦИОМ” о мнении респондентов



относительно узнаваемости обозначения « \_\_\_\_\_ » (7).

Изучив материалы дела, коллегия считает доводы, представленные в возражении, убедительными.

С учетом даты подачи (25.12.2019) заявки № 2019767183 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеуказанный 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 требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место, способ производства или сбыта. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Указанные в пункте 34 Правил элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения (пункт 35 Правил).

Положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

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

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

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

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Заявленное обозначение по заявке №2019767183 представляет собой



комбинированное обозначение « \_\_\_\_\_ », включающее словесные элементы “МОС-ПАРКЕТ”, выполненные оригинальным шрифтом заглавными

буквами русского алфавита через дефис. Справа и слева от указанных словесных элементов размещены орнаменты в виде переплетающихся между собой стилизованных изображений ветвей с листьями. Внизу под словесными элементами “МОС-ПАРКЕТ” расположен выполненный стандартным шрифтом буквами одного размера словесный элемент “магазин напольных покрытий”. Правовая охрана знаку испрашивается в отношении следующего скорректированного заявителем перечня услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров, а именно, напольных покрытий; презентация товаров, а именно, напольных покрытий на всех медиасредствах с целью розничной продажи; распространение образцов напольных покрытий; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров, а именно, напольных покрытий; услуги оптовой и розничной продажи товаров, а именно, напольных покрытий с использованием интернет-сайтов; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами, а именно, напольными покрытиями]».

Анализ заявленного комбинированного обозначения показал, что оно представляет собой оригинальную графическую композицию, сочетающую в себе изобразительные и словесные элементы, предназначенную для сопровождения услуг по реализации и продвижению различных напольных покрытий.

Словесные элементы “магазин напольных покрытий”, входящие в состав заявленного обозначения, являются неохранными элементами обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывают на видовое наименование предприятия, а также на вид и назначение оказываемых услуг. Заявитель в возражении выразил свое согласие с включением в состав заявленного обозначения словесных элементов “магазин напольных покрытий” в качестве неохраноспособных элементов обозначения.

Относительно охраноспособности содержащихся в заявленном обозначении словесных элементов “МОС-ПАРКЕТ”, коллегией было установлено следующее.

Анализ общедоступных словарно-справочных изданий показал, что элемент “Мос” является общепринятым сокращением и имеет множество вариативных значений: «московский», «Министерство окружающей среды», «металлоорганическое соединение», «многоцелевая операционная система» и т.д.

(<http://www.sokr.ru/мос/>). В значении со словом «ПАРКЕТ» словесный элемент «МОС» вероятнее всего будет восприниматься потребителями в значении «московский», то есть относящийся к месту производства товаров или местонахождению оказываемых услуг, что не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Словесный элемент «ПАРКЕТ» заявленного обозначения является лексической единицей русского языка и означает «вид деревянного покрытия. В зависимости от типа исполнения паркетных плашек различают: штучный паркет, щитовой и наборный» (<https://ru.wikipedia.org/>). Следовательно, словесный элемент «ПАРКЕТ» в отношении испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ, которые относятся к продаже, снабжению, рекламе напольных покрытий, будет являться неохраноспособным элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладает различительной способностью, указывает на вид и назначение оказываемых услуг.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия приходит к выводу о том, что элементы «МОС-ПАРКЕТ», «магазин напольных покрытий», входящие в состав заявленного обозначения, относятся к категории неохраноспособных элементов, как правомерно указано в решении Роспатента от 24.02.2021.

Необходимо отметить, что элементы, подпадающие под действие пункта 1 статьи 1483 Кодекса, могут быть включены в состав знака в качестве его охраняемых элементов в том случае, если они образуют комбинацию, обладающую различительной способностью. Следует отметить, что в заявленном комбинированном обозначении усматриваются признаки оригинальной графической композиции, обусловленные выполнением словесных элементов через дефис нестандартным шрифтом и присутствием изобразительных элементов в виде стилизованного изображения переплетающихся веточек деревьев с листьями.

В возражении заявитель ссылается на приобретенную различительную способность заявленного обозначения. Действительно, положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые в результате длительного и активного использования заявителем при маркировке производимой

им продукции и / или оказании услуг стали ассоциироваться у потребителей исключительно с данным лицом.

Анализ документов, представленных с возражением, а также на стадии проведения экспертизы по настоящей заявке, позволил прийти к следующему выводу.

Заявителем представляется информация о том, что он на протяжении



длительного времени использовал обозначение «» для индивидуализации оказания услуг посредством интернет-магазина по продаже и продвижению напольных покрытий.

Так, на сайте заявителя <http://mos-parkett.ru/> содержатся общедоступные сведения, касающиеся продаж большого выбора напольных покрытий от известных отечественных и зарубежных производителей, предлагается на выбор ассортимент продукции в разделе «каталог услуг», акции и специальные предложения на предлагаемые товары, можно ознакомиться с реквизитами компании ООО «М-ПАРКЕТ», осуществляющей непосредственную реализацию указанных товаров. Обращает на себя особое внимание присутствие на страничках вышеуказанного



сайта заявленного обозначения «», сопровождаемого при оказании услуг заявителем продаж напольных покрытий.

Представленные с возражением архивные данные (web.archive.org) (3), начиная с 2013 года (выдержки за июль 2014 г., октябрь 2015, сентябрь 2016, июнь 2017 и т.д.) свидетельствуют об осуществлении заявителем услуг по реализации



напольных покрытий под обозначением «». Коллегией принято во внимание, что аудитория интернет-магазина заявителя с 2013 года имеет тенденцию к устойчивому росту (см. отчеты "Яндекс Метрика"), где в 2013 г. – 48

197 посетителей, в 2014 г. – 63 782 посетителя, в 2015 г. – 74 577 посетителей, в 2016 г. – 91 346 посетителей, в 2017 г. – 124 639 посетителей, в 2018 г. – 150 600 посетителей, в 2019 г. – 151 023 посетителя (итого – более 700 000 посетителей).

Согласно представленным к материалам возражения счетам и актам сверок (см. сведения по заявке от 29.01.2021) с ООО “ЯНДЕКС” (1), договорам на оказание услуг (2) следует, что заявитель с 2016 года осуществляет рекламу своего интернет-



магазина под обозначением «  
» на сайте <http://mos-parkett.ru/>. По сумме актов сверки объемы затрат на рекламу в сети Интернет с 2016 по 2019 год включительно составили 7 390 527 руб.

Доказательством осуществления рекламных услуг под заявленным обозначением служат следующие приложенные к материалам заявки документы: договор №25-Р от 27.03.2015 на размещение рекламно-информационных услуг в системах Яндекс.Директ, Google Adword, Бегун, ВКонтакте, Facebook, Таргет Мейл и т.д.; договор аренды №МС АР/68-18 от 22.05.2018 на размещение рекламного



стенда с нанесением обозначения «  
», акты приема передачи к нему и спецификации; договор подряда №14012-2 от 14.01.2019 (4) на изготовление рекламно-информационной конструкции с изображением заявленного обозначения (см. техническое задание №1 к нему, а также приложение №1 к техническому заданию №1 к договору подряда №14012-2 от 14.01.2019), фотографии рекламной конструкции.

С учетом изложенного можно констатировать, что заявителем для продвижения



своего интернет-магазина под обозначением «  
» было вложено достаточно большое количество средств с целью узнаваемости и

популярности среди потребителей на рынке оказываемых услуг в сфере напольных покрытий.

Коллегия отмечает, что глобальная информационная сеть Интернет является одним из основных средств свободного распространения и получения различного рода информации и относится, наряду с радио и телевидением, к электронным средствам массовой информации.

Таким образом, с помощью общедоступного источника информации территория оказания услуг интернет-магазина заявителя не имеет ограничений, а продукция в виде различных видов напольного покрытия поставляется на всю территорию Российской Федерации.

Так, задолго до даты приоритета заявки №2019767183, заявителем был заключен дилерский договор №АЛУТ-0162 от 21.03.2018 с компанией ООО «АЛИКС ГРУПП» на осуществление ООО «М-ПАРКЕТ» предпродажного размещения образцов товаров и продажу товара в различных магазинах напольных покрытий, осуществляющих реализацию напольных покрытий, маркированных



обозначением «  
» (см. дополнительное соглашение №1 от 21.03.2018 к данному договору).

Подтверждением оказания услуг по продаже и реализации товаров (ламината, подложки листовой, паркетной доски, плинтуса и т.д.), относящихся к товарам напольного покрытия, то есть отделочного материала, который укладывается поверх конструкции пола для обеспечения поверхности для ходьбы, являются представленные многочисленные заказы на поставку (5): №9346.1 от 11.12.2018, №9311 от 14.11.2018, №4037 от 30.11.2018, №9047 от 24.07.2018, №8901 от 08.06.2018, №8961 от 27.06.2018, №6439 от 24.05.2018, №7473 от 30.05.2018, №8602.1 от 29.04.2018, №8639 от 14.03.2018, №8669 от 23.03.2018, №8590 от 23.02.2018, №10093 от 10.02.2018, №8523 от 19.01.2018, №8492 от 05.01.2018, №8447 от 22.12.2017, №8483 от 25.12.2017, №2780 от 06.05.2017, №2762 от 01.05.2017, №7039.1 от 22.04.2017, №4967 от 11.03.2017, №4953 от 04.03.2017,

№2549 от 03.02.2017, №8186 от 05.12.2017, №2902 от 25.08.2017, №2880 от 08.08.2017, №2833 от 16.08.2017, №2999 от 15.09.2017, №3010 от 10.10.2017, №2608 от 29.03.2017, №2613 от 05.04.2017, №2476 от 28.12.2016, №2576 от 01.03.2017, №2754 от 28.04.2017, №2768 от 03.05.2017, №2787 от 10.05.2017, №2848 от 24.06.2017, №8609 от 01.03.2018, №8626 от 01.03.2018, №9333 от 29.11.2018, №101 от 13.11.2018, №84 от 11.05.2018, №8524 от 25.01.2018 и т.д., товарные накладные №1 от 17.05.2017, №15 от 22.11.2018, №21 от 11.05.2018, №7 от 08.11.2018, счет-фактуры №18 от 14.02.2017, №104 от 08.12.2017, №67 от 14.08.2017, №71 от 22.08.2017, №82 от 25.09.2017, №91 от 16.10.2017, №28 от 06.04.2017, №13 от 14.04.2017, №6 от 26.01.2017, №22 от 07.03.2017, №16 от 05.05.2017, №17 от 05.05.2017, №20 от 11.05.2017, №20 от 11.05.2017, №51 от 13.07.2017, №14 от 15.03.2018, №15 от 15.03.2018, №142 от 24.12.2018, №4 от 31.01.2018, №29 от 10.04.2017, №79 от 19.06.2018, №131 от 15.12.2018, №118 от 12.11.2018, №109 от 02.10.2018, №91 от 20.08.2018, №89 от 20.08.2018, а также акты сверки, датированные до даты приоритета заявленного обозначения по заявке №2019767183.

Регионы, в которые поставлялась продукция, охватывают следующую территорию Российской Федерации: Тульская обл., Белгородская обл., г. Белгород, Владимирская обл., Краснодарский край, г. Краснодар, Ханты-Мансийский АО, г. Нефтеюганск, г. Мегион, Свердловская обл., г. Екатеринбург, г. Ульяновск, г. Тверь, г. Самара, г. Вологда, г. Санкт-Петербург, г. Калуга, Тамбовская обл., г. Омск, г. Рязань, г. Норильск, г. Архангельск, Саратовская обл., г. Северодвинск, г. Южно-Сахалинск, г. Дивногорск и т.д. (5).

Заявитель, в качестве позиционирования и узнаваемости заявленного обозначения на рынке услуг, принимал участие на 25-ой международной выставке строительных и отделочных материалов “MosBuild”, проходившей со 2 по 5 апреля 2019 г. в Москве в МВЦ “Крокус Экспо”. К материалам возражения приложена фотография стенда с изображением заявленного обозначения



« (6). Коллегией учитывалась информация о том, что выставка “MosBuild” имеет статус самой крупной в России выставки по теме “Строительство, отделочные материалы и комплектация” во всех номинациях Общественного рейтинга выставок 2017-2018 годов. Участие в выставке “MosBuild” – это возможность непосредственно общения с более чем 66 500 потенциальными клиентами со всей России, а также из Белоруссии, Украины, Казахстана и других стран. При этом особо отмечается, что участие со стендом, на котором присутствует заявленное обозначение, позволяет продемонстрировать всю линейку продукции компании ООО “М-ПАРКЕТ” широкой целевой аудитории, увеличить объемы и географию продаж, собрать базу лидеров, провести конкурсный анализ и оценить соответствие продукции спросу на рынке товаров/услуг.

Вышеизложенная информация позволяет коллегии сделать вывод о том, что



заявленное обозначение « (7) до даты приоритета заявки №2019767183 на товарный знак воспринималось потребителями как обозначение, способное индивидуализировать заявленные услуги 35 класса МКТУ, оказываемые заявителем.

Помимо прочего, в распоряжение коллегии был представлен социологический опрос Фонда “ВЦИОМ” о мнении респондентов относительно узнаваемости



обозначения « (8) », проведенный среди 1500 опрошенных в 15 городах России с населением 1 млн.человек (7). Согласно данным социологического опроса 18,2% респондентов ответили, что название “МОС-ПАРКЕТ” у них ассоциируется со специализированным магазином напольных покрытий, а у 13,8% респондентов с конкретным магазином “МОС-ПАРКЕТ”. Среди специализированных магазинов напольных покрытий магазин “МОС-ПАРКЕТ”

занимает четвертое место после таких известных магазинов, как: “Leroy Merlin”, “OBI”, “Castorama”. Его назвали 11,3% опрошенных. Среди восьми изучаемых российских марок (Олимп Паркет, ПоловЪ, МОС-ПАРКЕТ, Метр Пола, Ревато, Leroy Merlin, Новапол, УправДом) обозначение “МОС-ПАРКЕТ” имеет очень высокий показатель качества знания (28% респондентов) и занимает второе место после торговой марки “Leroy Merlin”. 80,1% респондентов указали, что самым популярным источником знания об обозначении “МОС-ПАРКЕТ” явилась реклама в Интернете. 52,3% опрошенных ответили, что им известен магазин “МОС-ПАРКЕТ”, 22,7% - посещали его, 10,5% - совершали в нем покупку.

Резюмируя вышеуказанное, а также принимая во внимание сведения об объемах оказания услуг, о затратах на рекламу, реализации продукции в интернет-магазине, маркированным заявленным обозначением, территории оказания услуг, данные социологического опроса о стойкой ассоциативной связи между



рассматриваемым обозначением «» и заявителем, узнаваемости и популярности обозначения, о длительности и интенсивности использования заявленного обозначения заявителем, о высокой степени информированности потребителей об оказании услуг заявителем под заявленным обозначением, коллегия приходит к выводу о приобретении заявленным обозначением различительной способности, и как следствие, на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса возможности его регистрации в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ с исключением из правовой охраны словесных элементов “ПАРКЕТ”, “магазин напольных покрытий”.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 24.06.2021, отменить решение Роспатента от 24.02.2021 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2019767183.**