


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 19.06.2025, поданное Акционерным обществом «КС Керамик», Кировская область, Кирово-Чепецкий район (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023826740 , при этом установила следующее.



Обозначение «  » по заявке №2023826740 подано 20.12.2023 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 19, 35 классов МКТУ.

Роспатентом 19.02.2025 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023826740. Данное решение обосновано заключением по результатам экспертизы, согласно которому установлено следующее.

Как уже отмечалось ранее, в результате проведения экспертизы обозначения, заявленного в отношении товаров 19 класса МКТУ, установлено, что входящие в состав заявленного обозначения буквы «КС» являются неохраноспособными согласно пункту 1 статьи 1483 Кодекса, так как не обладают различительной способностью, поскольку не имеют словесного характера и графической проработки.

Кроме того входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «Керамик» (транслитерация от слова «Ceramic» - с английского «керамика» - изделия из обожжённой глины, глиняных смесей, см. <https://translate.academic.ru/Ceramic/xx/ru>, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/82334>, Толковый словарь Ожегова) является неохраноспособным на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении заявленных товаров 19 класса МКТУ, поскольку указывает на вид, состав товаров.

Прямоугольник красного цвета является неохраноспособным согласно пункту 1 статьи 1483 Кодекса, так как не обладает различительной способностью, представляет собой простую геометрическую фигуру. Цвет – это характеристика определенного объекта, а не сам объект, он используется для исполнения знака в избранном цветовом сочетании, которое учитывается при экспертизе знака наряду с его внешним видом.

Экспертиза снимает основания для отказа в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака (знака обслуживания) по пункту 3 статьи 1483 Кодекса с учетом изменений, внесенных заявителем в заявленный перечень товаров и услуг.

Представленные заявителем дополнительные материалы (такие, как: примеры публикаций из социальных сетей; счета-фактуры и товарные накладные; договоры поставки и т.д.), доказывающие, по его мнению, приобретение заявленным обозначением различительной способности, не могут быть приняты экспертизой, в качестве документов, действительно доказывающих приобретение заявленным обозначением различительной способности. Заявителем не были предоставлены

документы о социологических опросах, подтверждающих степень информированности потребителей о заявленном обозначении и производителе товаров (лице, оказывающим соответствующие услуги). В связи с этим у экспертизы нет оснований для снятия вышеуказанных мотивов по пункту 1 статьи 1483 Кодекса.

Представленные заявителем примеры зарегистрированных товарных знаков не могут послужить основанием для снятия мотивов по пункту 1 статьи 1483 Кодекса, так как не всегда имеются сведения о том, что предыдущее решение принято при сравнимых фактических обстоятельствах и в схожей правовой ситуации. Кроме того данные товарные знаки, а также товарный знак, зарегистрированный на имя заявителя отличаются от заявленного обозначения.

В связи с изложенным заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня товаров и услуг на основании положений пункта 1 (3) статьи 1483 Кодекса.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 19.06.2025 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 19.02.2025.


На этапе ответа на уведомление Роспатента заявитель сократил перечень испрашиваемых товаров и услуг до следующих позиций: «19 - глина; глина кирпичная; кирпичи; кирпичи огнеупорные; материалы строительные неметаллические; материалы строительные огнеупорные неметаллические; облицовки для стен строительные неметаллические; плитка для облицовки стен неметаллическая; плитка напольная неметаллическая; плитка строительная неметаллическая; 35- услуги по оптовой и розничной продаже кирпичей».

Кроме того, заявитель не согласен с признанием элемента «КС» неохраноспособным, утверждая, что шрифт букв является оригинальным, вследствие чего элемент создает запоминающийся образ в сознании потребителя, что усиливается исполнением элемента на фоне красного прямоугольника. Заявитель оспаривает довод решения о том, что «Керамик» это транслитерация от

слова «Ceramic» - с английского «керамика». Что касается русского слова «КЕРАМИКА», то такое слово отличается от заявленного слова «КЕРАМИК».


По замыслу заявителя элемент «КС» указывает на город местонахождения Кирово-Чепецкого кирпичного завода, где буквы «КС» это сокращение (аббревиатура) от названия города Kirovo-Chepetsk, таким образом, заявитель полагает, что заявленное обозначение обладает изначальной различительной способностью.

Кроме того, заявитель сообщил о проведении по его заказу социологического интернет-опроса Лабораторией социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН.

Согласно проведенному социологическому опросу 83% опрошенных считают, что обозначение « КЕРАМИК» является товарным знаком, а не указывает на вид или состав товаров. На дату подачи заявки 20.12.2023 - 90% опрошенных ответили бы аналогичным образом. Подавляющее большинство опрошенных (74%) могут по тестируемому обозначению определить компанию-производителя, которая использует его для маркировки своих товаров и услуг. На дату 20.12.2023 - 84% опрошенных ответили бы аналогичным образом.

Также 77 % опрошенных ответили, что заявленное обозначение представляет собой связанный между собой набор элементов, позволяющий отличать товары одного производителя от других. На дату 20.12.2023 - 87% опрошенных ответили бы аналогичным образом. Кроме того, 87 % потребителей читают обозначение как «КС Керамик»; на 20.12.2023 г. - 95 % потребителей прочли бы его точно также.

Заявитель длительное время использует заявленное обозначение, а также является владельцем товарного знака «» по свидетельству №995564 в отношении товаров 19 класса МКТУ, а также товарного знака

 «КЕРАМИК» по свидетельству №1086194 с приоритетом от 20.12.2023 для товаров и услуг 19, 35 классов МКТУ. При продвижении товаров всегда

используется и использовался логотип «КС КЕРАМИК» с указанием на производителя керамического кирпича, как будет видно из представленных рекламных материалов и социальных сетей в разделе о степени информированности потребителей и публикациях в открытой печати в приложениях к возражению.

Заявителем приведена информация о широкой географии продаж товаров 19 класса МКТУ, а также об объемах продаж, указав, что за 2021 год произведено 35 256 007 штук кирпичей на сумму 1 038 535 274 рублей; за 2022 год - 29 795 374 штук кирпичей на сумму 1 336 163 035 рублей; за 2023 год - 34 809 868 штук кирпичей на сумму 1 692 477 947 рублей; а всего реализовано в регионах России и за рубежом: 99 861 249 штук кирпичей на сумму 4 067 176 256 рублей с 2021 по 2023 год. В подтверждение объемов реализуемых товаров заявителем представлены выборочные договоры поставки.

Согласно данным сайта «Rusprofile» (сервис проверки и анализа контрагентов) заявитель занимает первое место по выручке за 2024 г. в отрасли «Производство строительных керамических материалов» в Кировской области с объемом выручки 1 764 988 000 руб., а по России АО «КС Керамик» занимает 29 место из 1 396 организаций, осуществляющих деятельность в отрасли по производству строительных керамических материалов с размером выручки 1 764 988 000 руб. за 2024 г.

Затраты на рекламу и продвижение товаров, маркированных обозначением «КС Керамик», на региональных телеканалах, выставках, презентациях, в печатных изданиях, интернет-ресурсах составили: 19 880 000 рублей за 2021 г.; 20 401 000 рублей за 2022 г.; 20 170 000 рублей за 2023 год, что подтверждается соответствующим информационным письмом исх. № 147 от 18.12.2024 г.

Помимо изложенного, заявитель ссылается на возможность применения подпункта 2 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, так как полагает, что заявленное обозначение представляет собой обладающую различительной способностью комбинацию неохранных элементов. В подтверждение данного довода заявитель

ссылается на зарегистрированные товарные знаки « **ТЕХНИКА**»,



« _____ », « _____ » по свидетельствам №№928897, 679917, 417995.

На основании изложенного в возражении содержится просьба об отмене решения Роспатента и регистрации обозначения по заявке №2023826740 в качестве товарного знака в отношении скорректированного перечня товаров и услуг 19, 35 классов МКТУ, перечисленных в перечне заявки.

В подтверждение изложенных сведений заявителем представлены следующие документы:

1. Заключение № 137-2025 от 17.06.2025 г. ФГБУ «Институт социологии Федерального Научно-Исследовательского Социологического центра Российской академии наук» по результатам социологического опроса;
2. Раздел «О компании» официального Интернет-сайта заявителя, АО «КС Керамик»;
3. Каталог продукции с официального Интернет-сайта заявителя;
4. Информационное письмо об объемах продаж и затраты на рекламу;
5. Договор поставки № 18/23 Д от 08.02.2023 г., товарные накладные и счета-фактуры между заявителем и ИП Соколовой Н.А.;
6. Договор поставки № 152/22 Д от 20.12.2022 г., товарные накладные и счета-фактуры между заявителем и ИП Ахметовой Ф.Р.;
7. Контракт № 142/22 Д от 29.11.2022 г., товарные накладные и счета-фактуры между заявителем и ООО «Печной центр» на 9 л. в 1 экз.;
8. Информация с сайта «Rusprofile» - региональный рейтинг в отрасли «Производство строительных керамических материалов»;
9. Информация с сайта «Rusprofile» - рейтинг в отрасли «Производство строительных керамических материалов» по России;
10. Информация о дилерах АО «КС Керамик» с официального сайта;
11. Договор № 43/2019/0377 от 10.10.2019 г., акты и счета между Заявителем и ООО «ОПТИМА»;

12. Газета «pro мой ГОРОД», №5 (12), №4 (11) (выборка страниц);
13. Договор № 3-САМ/2023 от 01.11.2023 г., счет-фактура № 2750 между заявителем и Акционерным обществом «Фирма «Кирилл»;
14. Счет-фактура № 1011 от 29.05.2023 г. между заявителем и Акционерным обществом «Фирма «Кирилл»;
15. Счет-фактура № 1214 от 15.06.2022 г. между заявителем и Акционерным обществом «Фирма «Кирилл»;
16. Акт № 1335 от 25.12.2023 г. между заявителем и Акционерным обществом «Девятка ТВ»;
17. Договор № 369 о предоставлении печатной площади от 02.11.2023 г. между заявителем и ООО «Издательство «Медиа-Бизнес»;
18. Счет-фактура № 216 от 08.12.2024 г. между Заявителем и ИП С.И. Серегиным;
19. Акт выполненных работ № 5864 от 21.10.2024 г. между Заявителем и Союзом "Вятская торгово-промышленная палата";
20. Выборка страниц из литературно-художественного издания «Теплые слова»;
21. Выборка страниц альманаха «Вопросы печестроения»;
22. Скриншоты публикаций со страницы АО «КС Керамик» в социальной сети «ВКонтакте»;
23. Скриншоты видеороликов с «Youtube»-канала заявителя;
24. Распечатка страницы с сайта <https://www.kamin43.ru> «Конкурс печников»;
25. Распечатка страницы с сайта <https://ras-po.ru/contests/81199/> «Фотоконкурс объектов из продукции ТМ «КС-Керамик среди дилеров»;
26. Распечатка страницы с сайта <https://pcentr.by/> «Белорусский печник стал призером в фотоконкурсе работ из кирпича».

Впоследствии, с ходатайством от 09.10.2025 заявителем направлены дополнительные пояснения, в частности сообщено о новостном сюжете на телеканале «Россия» о заводе заявителя. Помимо указанного, в дополнении

представлены договоры на проведение рекламных кампаний, а также представлены скриншоты видеоматериалов для рекламных акций. Сообщается о наградах заявителя.

С дополнениями представлены следующие документы:

27. Скриншоты видео-ролика «Уникальное производство на Кирово-Чепецком кирпичном заводе на «rutube.ru»;

28. Скриншоты новогодней рекламы за 2021 год;

29. Скриншот рекламы за 2023 год в отношении акции с 20.11.2023 г. по 29.12.2023 г.; за 2024 год, акция с 20.11.2024 г. по 27.12.2024 г.; за 2015 год, акция с 01.01.2015 по 31.01.2015;

30. Материалы рекламных кампаний: скриншот рекламы «Облицовочный кирпич со скидкой до 18%», дата размещения «Нarutube.ru» 11.12.2017; «Облицовочный кирпич со скидкой до 18%», акция с 13.11.11.2017 по 31.01.2028; «Облицовочный кирпич со скидкой до 14%», дата размещения на «rutube.ru» 11.12.2017; «Экономьте правильно! вместе с КС-Керамик! Зимняя акция 2018-2019», акция с 12.11.2018 по 31.01.2019 г.;

31. Распечатка с сайта «<https://kc-keramik.inni.info>»;

32. Сведения о рейтинговых показателях: распечатка с сайта «rusprofile.ru» - 36-е место по России за 2019 г.; 30-е место по России и объем выручки за 2020 г.; 34-е место по России и объем выручки за 2021 г.; 30-е место по России и объем выручки за 2022 г.; 30-е место и объем выручки за 2023 год;

33. Финансовые документы: распечатка отчета о финансовых результатов за январь - декабрь 2019 г.; распечатки с сайта ФНС в отношении бухгалтерского баланса за 2022, 2023 год АО «КС Керамик»;

34. Распечатка страниц (выдержка) с сайта «expertology.ru»;

35. Распечатка с сайта «https://www.testfirni.ru/rating/23_32»;

36. Фотографии упаковки товара с логотипом «КС Керамик» от 20.09.2023 г.;

37. Видеоматериалы заявителя, размещаемые им в сети Интернет: скриншот видеоролика «Презентационный ролик КС Керамик» на «<https://rutube.ru/>

video/a25d02249ed81361a04e4f9687a247a0/»; «К 10-летию Кирово-Чепецкого кирпичного завода» на «<https://rutube.ru/video/a25d02249ed81361a04e4f9687a247a0/>»; «Баварская кладка: секреты красивого фасада» на «<https://rutube.ru/video/5184d2a0fe50da5384bd07b095093c65/>»; «Ведение кладки из кирпича Аренберг: секреты красивого фасада» на «<https://rutube.ru/video/352cd63cfela4098Ofa6323062f91If>»;

38. Распечатка из «Webarchive» от 17 июля 2014 года с дипломами заявителя.

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

С учетом даты (20.12.2023) поступления заявки №2023826740 на регистрацию товарного знака 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.

В соответствии с пунктом 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.

Согласно пункту 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.


В соответствии с пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса 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 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 на регистрацию в качестве товарного знака комбинированное обозначение “ КЕРАМИК ” по заявке №2023826740 с приоритетом от 20.12.2023 состоит из красного прямоугольника, на фоне которого буквами белой заливки нанесены русские буквы «КС», а также из слова «КЕРАМИК», выполненного русским буквами. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров и услуг 19, 35 классов МКТУ.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пунктов 1 (3) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Как указывалось выше в настоящем заключении, отсутствие различительной способности заявленного обозначения обуславливается тем, что все элементы, составляющие его, не имеют различительной способности. Так, элемент

«» состоит из простой геометрической фигуры – прямоугольника, и букв стандартного шрифта «».

В ответ на довод заявителя о том, что буквы «КС» имеют характерное графическое исполнение, так как приплюснуты относительно стандартного написания этих букв, коллегия сообщает, что графемы букв «КС» совпадают со стандартным написанием, а примененные приемы художественной обработки букв (их растяжение по ширине) не позволяют воспринимать буквы «КС» в качестве

уникального, запоминающегося изображения, позволяющего отличать товары одного производителя от товаров другого.

В отношении довода о том, что буквы «КС» носят словесный характер, так как являются сокращением от города «Кирово-Чепецк» - места нахождения завода заявителя, то коллегия отмечает, что устойчивой аббревиатуры «КС» от названия города «Кирово-Чепецк» не зафиксировано, при том, что название городов относится к географическим названиям, также не обладающим различительной способностью, которые должны оставаться свободными для использования различными субъектами из соответствующего региона для указания места производства товаров.

Словесный элемент «КЕРАМИК», как было указано в оспариваемом решении, представляет собой транслитерацию от слова «Ceramic» - с английского «керамика» - изделия из обожжённой глины, глиняных смесей, см. <https://translate.academic.ru/Ceramic/xx/ru>, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/82334>, Толковый словарь Ожегова), указывает на вид, состав товаров.


Коллегия поясняет, что под транслитерацией понимается конверсия систем письма, при которой каждый графический элемент (знак) одной системы письма представляется (заменяется) одним и тем же графическим элементом другой системы письма.

В данном случае транслитерация всех букв, кроме «С» совпадает с транслитерацией букв латинского алфавита с буквами кириллического алфавита согласно ГОСТ 7.79-2000 (См., <https://transliteration-online.ru/>). Латинская буква «С» слова «Ceramic» должна транслитерироваться как «с или ч», вместе с тем заменена на букву «К», что обусловлено присутствием в русском языке транслитерирующего заимствованного словарного слова «керамика». Слово «керамика» русского языка заимствовано из греческого «keramike» — гончарное искусство, «keramos» — глина) — изделия и материалы из глин и их смесей с неорганическими соединениями, закрепленные обжигом (<https://rah.ru/science/glossary/?ID=20624&let=%D0%9A>).

Доводы заявителя об ином прочтении английского слова «Ceramic» связаны не с транслитерацией, а с транскрипцией слова, то есть правилами фонетического воспроизведения слова на том же языке, на котором оно и написано (то есть на английском языке, по правилам чтения английских слов). Оспариваемое решение не содержало обоснование отсутствия охраноспособности слова «КЕРАМИК», связанное с его транскрипцией, поэтому приведенные заявителем отсылки к словарям в данной части являются неприменимыми.

Следует отметить, что регистрационная практика товарных знаков заявителя дополнительно указывает на отсутствие охраноспособности у слова «КЕРАМИК».



Так, в товарном знаке «» по свидетельству №995564 словесный элемент «КЕРАМИК» указан в качестве неохраняемого элемента при действии правовой охраны в отношении товаров 19 класса МКТУ, а в товарном знаке

по свидетельству №1086194 с приоритетом от 20.12.2023, действующем для товаров и услуг 19, 35 классов МКТУ, присутствует словосочетание «МАСТЕР КЕРАМИК», со значением «КЕРАМИЧЕСКИЙ МАСТЕР», поэтому семантика слова «КЕРАМИК» смещается в сторону характеристики мастерства производителя, а не свойств самих товаров.

Оценив сокращенный перечень товаров и услуг: «19 - глина; глина кирпичная; кирпичи; кирпичи огнеупорные; материалы строительные неметаллические; материалы строительные огнеупорные неметаллические; облицовки для стен строительные неметаллические; плитка для облицовки стен неметаллическая; плитка напольная неметаллическая; плитка строительная неметаллическая; 35-услуги по оптовой и розничной продаже кирпичей», следует заключить, что все присутствующие в нем товары либо прямо именуются глиной, то есть керамикой, либо представляют собой родовые позиции (материалы строительные неметаллические; материалы строительные огнеупорные неметаллические; облицовки для стен строительные неметаллические; облицовочные и плиточные покрытия), которые состоят из глины в том числе, в качестве основного компонента,

то есть слово «КЕРАМИК» характеризует вид товаров (глина) и свойства остальных товаров 19 класса МКТУ, как состоящих, в том числе из глины. Услуги 35 класса МКТУ связаны с продажей изделий из керамики, поэтому слово «КЕРАМИК» ориентирует относительно назначения услуг реализации.

С учетом вышесказанного заявленное обозначение имеет вполне ясную и очевидную среднему российскому потребителю смысловую нагрузку.

Необходимость использования слова «КЕРАМИК» или сходного с ним «ceramic», в отношении перечисленных выше товаров и услуг 19, 35 классов МКТУ может возникнуть у любого участника рынка для описания свойств товара и указания на вид реализуемых товаров.

Таким образом, обозначение по заявке №2023826740 не соответствует требованиям пункта 1 (3) статьи 1483 Кодекса.

В отношении довода заявителя о том, что обозначение по заявке №2023826740 представляет собой композицию неохраемых элементов, которая в целом обладает различительной способностью в контексте положений подпункта 2 пункта 1.1 Кодекса, коллегия поясняет следующее.

Возможность регистрации заявленного обозначения на основании положений, предусмотренных положениями подпункта 2 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, опровергается доминированием неохраемых элементов обозначения, то есть несоответствием заявленного обозначения требованиям абзаца пятого пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, под комбинацией, обладающей различительной способностью, следует понимать совокупность объединенных единым замыслом изобразительных элементов, дающих качественно новый уровень их восприятия. Вместе с тем исполнение заявленного обозначения (цветовое исполнение простой геометрической фигуры при нанесении на нее согласных букв белого цвета), не позволяет сделать вывод о том, что в данном случае имеется комбинация, обладающая различительной способностью, поскольку графические элементы качественно не изменяют восприятие заявленного обозначения.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о несоответствии обозначения по заявке №2023826740 требованиям подпункта 2 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса.



В отношении приведенных в пример регистраций «



», «



» по свидетельствам №№928897,

679917, 417995, коллегия сообщает, что обстоятельства, при которых были зарегистрированы перечисленные товарные знаки требуют самостоятельного изучения, и не входят в предмет исследования в рамках рассматриваемого возражения.

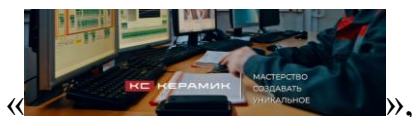
В отношении доводов заявителя о том, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в результате его активного использования, коллегией установлено следующее.

Обозначение в том виде, как оно заявлено на регистрацию, присутствует в качестве логотипа в договорах поставки кирпича и керамического камня, заключенных АО «Кирово-Чепецкий кирпичный завод» с третьими лицами за даты 08.02.2023 с подтверждением исполнения на даты 15.06.2023, 24.07.2023, 20.12.2022 с исполнением на 17.03.2023, от 29.11.2022 с исполнением на 16.03.2023, 08.09.2023, а также на упаковке кирпичей от 20.09.2023.

Рекламная кампания заявителя продемонстрирована договором от 10.10.2019 на комплекс услуг по размещению рекламы. Исполнение показано актом №2056 от 30.11.2022 с размещением информационных материалов заказчика на федеральных каналах «Россия», «НТВ», «ТНТ», «ТВЦ» в декабре 2021, в ноябре и декабре 2022, в декабре 2021, ноябре и декабре 2023. Договоры и акты к ним не содержат самого видеофайла, подлежащего демонстрации телезрителям, а на представленном электронном носителе содержится ролик 2021 года, который демонстрирует



отличающееся от заявленного обозначения «



«КС КЕРАМИК», идентичные заявленному, присутствуют в роликах 2023-2024 годах, то есть были показаны телезрителями за пределами исследуемого периода, или в непосредственной близости к дате приоритета заявленного обозначения (учитывая, что обозначение могло быть продемонстрировано в рекламной кампании в ноябре 2023 года – то есть за месяц до даты приоритета заявленного обозначения, стало демонстрироваться на упаковках с сентября 2023). При этом, для установления приобретенной различительной способности обозначения, коллегии необходимо убедиться в присутствии на рынке обозначения именно в том виде, в котором он заявлен на регистрацию. Рекламные акции 2017 года также содержат обозначение в ином виде.

Рекламные кампании в печатных изданиях также содержат отличающееся от



заявленного обозначение «КС-керамик» (акция 2017 года), при этом отсутствуют сведения о печатном издании и его тираже, так как представлен исключительно разворот с изображением. Поименованные печатные издания



содержат отличающееся обозначение «КС-керамик» (приложения 20-24, 27, 28, 30, 31).



Часть представленных документов о рекламе, не содержат демонстрируемого обозначения вовсе, поэтому не ясно присутствовало в них вообще заявленное обозначение. К таким документам следует отнести договор от 01.11.2023 о распространении информации о продукции АО «КС–керамик» во время участия во «Всероссийском Саммите застройщиков и производителей строительных ресурсов» 20-21 ноября 2023 года, платежные документы от 29.05.2023, 15.06.2022, об оплате услуг по размещению продукции Кирова-Чепецкого кирпичного завода на выставке «АрхМосква», договор о предоставлении печатной площади от 02.11.2023, а также приложения 25-26.

Остальные документы не содержат заявленного обозначения, а отображают сведения о финансовом положении заявителя на рынке (32-35).


Часть представленных в материалы дела документов (8, 16, 18, 19) выходит за рамки исследуемого периода (до 20.12.2023), так как относится к более поздним датам.

По совокупности проведенного анализа коллегией установлено фактическое использование заявленного обозначения на упаковках товаров и при реализации керамической продукции незадолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака – ноябрь / декабрь 2023 года, чего недостаточно для вывода о приобретении узнаваемости заявленным обозначением среди потребителей Российской Федерации.

При этом, вопреки фактическим обстоятельствам дела, результаты представленного социологического исследования свидетельствуют о наличии признаков различительной способности заявленного обозначения.



В соответствии с результатами заключения №137-2025 от 17.06.2025, 83% опрошенных на дату проведения опроса и 90% на дату приоритета заявленного обозначения воспринимают обозначение «  КЕРАМИК » как товарный знак, полагают возможным с помощью него отличать товары конкретного производителя от товаров другого. Согласно диаграмме 4 большая часть респондентов (84% на дату проведения опроса/93% на дату приоритета) воспринимает обозначение «  КЕРАМИК » как используемое одной или разными, но связанными друг с другом компаниями. Более 70% опрошенных полагают возможным по заявленному обозначению определить компанию, использующую его для своих товаров и услуг. Кроме того, 87 % потребителей читают обозначение как «КС Керамик»; на 20.12.2023 г. - 95 % потребителей прочли бы его точно также.

Коллегия, в свою очередь, поясняет, что представленное исследование не охватывает методологические вопросы охраноспособности, исследуемые выше в настоящем заключении. В частности, отсутствует исследование восприятия обозначения как способного указывать на конкретные свойства товаров (из глины) или на их вид (глина), на назначение услуг (по реализации керамических изделий),

ограничиваясь лишь неуточненным вариантом ответа «обозначение «» указывает на вид товара/ указывает на состав товара».

Кроме того, в представленном заключении не исследованы вопросы узнаваемости обозначения как средства индивидуализации АО «КС Керамик», то есть не доказана известность его именно в связи с именем заявителя. Также не исследовано в отношении каких товаров и услуг происходит узнаваемость заявленного обозначения как средства индивидуализации заявителя.

Таким образом, представленное исследование не преодолевает сделанные в настоящем заключении выводы, так как охватывает не полный спектр вопросов, подлежащих исследованию при установлении охраноспособности обозначения, а также при принятия решения о приобретении обозначением различительной способности.

В рейтингах компания участвует под своим фирменным наименованием, при оказании услуг по договорам, обозначение «» используется только на бланке договора, при этом последующий процесс введения товара в оборот с использованием обозначения «» продемонстрирован исключительно фотографиями упаковки от сентября 2023 года, в то время как в рекламных материалах содержатся сведения об использовании в качестве наименования продукции кирпичей и плитки под обозначениями «Edelhaus», «Konigstain», «ModFormat». Таким образом, остается не выясненным как потребитель ознакоми́вается с заявленным обозначением на самой продукции применительно к каждой позиции испрашиваемого перечня товаров 19 класса МКТУ.

Что касается представленных распечаток социальных сетей заявителя, то ведение бизнес-страниц не является актом оказания услуг, а доведение заявленного обозначения до потребителей при непосредственном оказании испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ продемонстрировано незадолго до исследуемой даты (в рекламе от ноября 2023).

Учитывая изложенное, представленные документы в совокупности свидетельствуют об использовании заявителем своего фирменного наименования при оказании услуг и производстве товаров 19, 35 классов МКТУ, однако не свидетельствуют о длительном и интенсивном использовании заявителем обозначения « КЕРАМИК», а, следовательно, о возникновении ассоциаций потребителей обозначения « КЕРАМИК» как средства индивидуализации АО «КС Керамик» в отношении испрашиваемых позиций перечня.

Таким образом, представленные с возражением материалы не позволяют сформулировать вывод о том, что заявленное обозначение в силу широкого и активного использования заявителем стало восприниматься потребителями как обозначение, индивидуализирующее его товары и услуги, а, следовательно, нет оснований для применения подпункта 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 19.06.2025, оставить в силе решение Роспатента от 19.02.2025.