


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 09.10.2023, поданное Индивидуальным предпринимателем Петровым Вадимом Олеговичем (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022721182 при этом установила следующее.



Обозначение «  » по заявке №2022721182 подано 05.04.2022 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 29, 30, 31, 35, 41, 43 классов МКТУ.

Роспатентом 25.07.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022721182 в отношении всех заявленных товаров 29, 35, 41 классов МКТУ.


Включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент "Московский» и «СЫРНИК», (Московский – имеющий отношение к Москве, "Сырник" – кушанье из творога, испеченное в виде небольшой лепешки; творожник, см. <https://kartaslov.ru/карта-слова/толкование/сырник>), является неохраняемым элементом для части заявленных товаров 29 класса МКТУ (а именно: "сырники; сыры; творог") и связанных с ними услуг 35 класса МКТУ (а именно: "агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; 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; продажа аукционная; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; 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; 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; составление информационных индексов в рекламных целях; услуги PPC; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные <оплата за клик>; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]" на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывает на вид товаров и назначение услуг, а также место нахождения заявителя.

В отношении остальной части товаров и услуг 29, 30, 31, 35 классов МКТУ, оно не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) поскольку способно ввести потребителя в заблуждение относительно вида товаров и назначения услуг на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, установлено сходство до степени смешения заявленного



обозначения с товарным знаком «» по свидетельству №782554 с приоритетом от 29.04.2020, зарегистрированного на имя Куликова Владимира Викторовича, 634041, г. Томск, ул. Вершинина, 22, кв. 6, в отношении товаров и услуг 43 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 43 класса МКТУ.

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) в отношении услуг 43 класса МКТУ на основании положения, предусмотренного пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 09.10.2023 поступило возражение на решение Роспатента.

Заявитель сообщил, что им подано заявление от 31.05.2023 о досрочном прекращении товарного знака по свидетельству №782554 в связи с прекращением деятельности индивидуального предпринимателя. Товарный знак по свидетельству № 782554 был прекращен досрочно 11.08.2023.

Также заявитель указывает на тот факт, что противопоставленный товарный знак был зарегистрирован в отношении ограниченного количества услуг 43 класса, связанных с обеспечением питанием, в то время как испрашиваемый перечень включал в себя услуги обеспечения временного проживания.

Вместе с тем, заявитель согласен с указанием словесных элементов «Московский сырник» в качестве неохраняемого элемента в отношении товаров 29 и услуг 35 классов МКТУ, однако оспаривает возможность исключения из охраны данного словосочетания в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Что касается применения пункта 3 статьи 1483 Кодекса, то заявитель отметил, что согласен с применением данного основания и не испрашивает товары и услуги, для которых заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение.

На основании вышеизложенного выражена просьба изменить решение Роспатента от 25.07.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022721182 в отношении услуг 43 класса МКТУ, в дополнение к ранее выданным товарам и услугам 29, 35, 41 классов МКТУ.

В подтверждение доводов возражения представлены следующие дополнительные материалы:

1. Решение Роспатента от 25.07.2023 г. по заявке № 2022721182;
2. Заявление ЕГПУ №2780568279;
3. Выписка ЕГРИП ИП Куликов Владимир Викторович.

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

С учетом даты (05.04.2022) поступления заявки №2022721182 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 подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

Согласно пункту 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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

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

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по

отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

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


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

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение



« МОСКОВСКИЙ СЫРНИК » по заявке №2022721182 состоит из словесного элемента «МОСКОВСКИЙ СЫРНИК», выполненного буквами русского алфавита, а также из изображения желтого улыбающегося круга. Правовая охрана испрашивается в отношении услуг 43 класса МКТУ в дополнение к товарам и услугам, в отношении которых уже принято решение о регистрации.



Противопоставленный товарный знак [1] «» по свидетельству №782554 с приоритетом от 29.04.2020, состоит из словесного элемента «СЫРНИК», выполненного буквами русского алфавита, а также из изобразительного элемента в виде завитка. Правовая охрана товарного знака действовала в отношении услуг 43 класса МКТУ, что и послужило причиной указания данного противопоставления в оспариваемом решении.

Вместе с тем, правовая охрана товарного знака по свидетельству №782554 досрочно прекращена решением Роспатента от 11.08.2023 в связи с прекращением предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя – правообладателя. Данные сведения также опубликованы в официальном бюллетене №15 за 2023 год.

Учитывая прекращение правовой охраны противопоставленного товарного знака [1], препятствия к регистрации заявленного обозначения, предусмотренные требованиями пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса являются преодоленными.

В поступившем возражении заявитель не спорит с выводом Роспатента о применении пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поэтому в данной части решение не оспаривается.

В отношении применения пункта 1 статьи 1483 Кодекса заявитель согласился с указанием в качестве неохраняемого элемента «МОСКОВСКИЙ СЫРНИК» для товаров и услуг 29, 35 класса МКТУ, при этом ввиду преодоления противопоставления по 43 классу МКТУ, коллегии надлежит рассмотреть охраноспособность этого словесного элемента в отношении услуг обеспечения питанием и временным проживанием.

Анализ обозначения по заявке №2022721182 на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Коллегия проанализировала словарное значение словесного элемента «московский сырник» и установила, что «московский» представляет собой




прилагательное, которое указывает на географический объект (Москва), а «сырник» - муж. 1. Кушанье из творога с приправами. 2. Пирожок, блин с начинкой из творога, клецка из творога и т.п. (Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935 1940

<https://etymological.academic.ru/5034/%D1%81%D1%8B%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA>).

Таким образом, обозначение «московский сырник» без дополнительного домысливания и рассуждений представляет собой наименование блюда, а также регион, где его производят. В силу указанных словесные элементы «московский сырник» не обладают различительной способностью в отношении части испрашиваемых услуг 43 класса МКТУ, связанных с приготовлением пищи, из-за отсутствия оригинальности, а также ввиду описательности – указания на свойства оказываемых услуг, то есть словесные элементы «московский сырник» обозначения по заявке №2022721182 не соответствуют требованиям пункта 1 (3) статьи 1483 Кодекса в отношении части испрашиваемых услуг 43 класса МКТУ *«закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; рестораны; рестораны самообслуживания; создание кулинарных скульптур; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги личного повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку; услуги ресторанов лапши "удон" и "соба"; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых»*.

Вместе с тем, в отношении остальных услуг 43 класса МКТУ *«агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда диспенсеров для питьевой воды; аренда жилья для отдыха; аренда жилья на время отпуска; аренда кухонных раковин; аренда мебели; аренда офисной мебели; аренда переносных кабинок для переодевания; аренда помещений для проведения встреч; базы отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; дома для престарелых; мотели;*

пансионы; пансионы для животных; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; прокат осветительной аппаратуры; прокат палаток; прокат передвижных строений; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги детских садов [яслей]; услуги кальянных; услуги кемпингов; услуги по приему на временное проживание [передача ключей]; услуги по размещению в гостинице; услуги приютов для животных», которые не связаны с услугами по приготовлению пищи, словесные элементы «Московский сырник» воспринимаются в качестве фантазийных, семантически нейтральных.

Коллегия проанализировала также регистрационную практику Роспатента, также дела, рассмотренные коллегией Палаты по патентным спорам и выявила заявки №№2006732967, 2020752179, 2019704044 на регистрацию товарных знаков обозначений «», «», «», которые также содержат в своем составе указание на название блюда, ввиду чего были признаны неохраняемыми, в том числе, в отношении услуг 43 класса МКТУ, связанных с обеспечением питанием.

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

удовлетворить возражение, поступившее 09.10.2023, изменить решение Роспатента от 25.07.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022721182.