

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (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, рассмотрела поступившее 07.12.2018 возражение ООО «Маркетинг энд Бренд Конверсейшен», Москва (далее - заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2017707572, при этом установила следующее.

Регистрация обозначения в качестве товарного знака по заявке №2017707572 с датой подачи от 02.03.2017 испрашивается на имя заявителя в отношении услуг 35, 41, 42 и 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Согласно приведенному в заявке описанию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение «**Ottepel**», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита.

Роспатентом 09.08.2018 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается тем, что заявленное обозначение воспроизводит название арт-проекта Виктории Тарусской и Екатерины Лапчевской (см. Интернет <http://ottepel.galeru/>) в отношении услуг, однородных заявленным, в связи с чем заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) 07.12.2018, заявителем выражена просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

Возражение мотивировано следующими доводами:

- в обоснование своего мнения относительно способности заявленного обозначения явиться причиной введения потребителя в заблуждение экспертиза ссылается на сведения из сети Интернет, размещенные на сайте <http://ottepel.galery/>;

- информация, размещенная на данном сайте, не может явиться причиной введения потребителя в заблуждение за столь незначительный промежуток времени;

- для вывода о возможности введения потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров в связи с тем, что конкретное обозначение использовалось иным лицом, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение у потребителей стойкой ассоциативной связи между конкретным обозначением, использовавшимся на товарах, и предшествующим производителем этих товаров;

- вывод о введении потребителя в заблуждение сделан на том основании, что до даты подачи заявки №2017707572 обозначение «Ottepel» использовалось в качестве названия проекта в сфере организации выставок художников и дизайнеров, что подтверждается фактически сведениями о четырех мероприятиях, проведенных в период с ноября 2016 по февраль 2017;

- отсутствуют какие-либо документальные подтверждения и доказательства того, что потребитель ассоциирует заявленное обозначение с В.В. Тарусской (Паршиковой).

Изучив материалы дела и выслушав участующих в рассмотрении возражения, коллегия сочла доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (02.03.2017) подачи заявки №2017707572 на государственную регистрацию товарного знака правовая база для оценки

охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 2015 (далее — Правила).

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.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о 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.

Как было указано выше, заявленное обозначение представляет собой словесное обозначение «Ottepel», выполненное стандартным шрифтом.

Государственная регистрация товарного знака испрашивается в отношении услуг 35, 41, 42 и 43 классов МКТУ, указанных в заявке.

Заявленное обозначение не содержит в своем составе ложных или способных ввести потребителя в заблуждение элементов. Вместе с тем, существует вероятность введения потребителя в заблуждение через ассоциации, связанные с иным лицом, а не с заявителем, что обусловлено предшествующими знаниями потребителя об обозначении.

Возникновение указанных ассоциаций является возможным в силу следующих обстоятельств.

Согласно сведениям из сети Интернет, а также сведениям, изложенным в обращении экспертизе, обозначение «Ottepel pop-up GALERY» в оригинальном графическом исполнении, сходное до степени смешения с заявленным обозначением, использовалось Викторией Тарусской и Екатериной Лапчевской в качестве названия основанного ими арт-проекта в сфере проведения закрытых блиц-выставок российских и зарубежных художников, дизайнеров и фотографов. Указанная информация подтверждается сведениями о проведенных мероприятиях, как до даты подачи заявки, так и после, размещенными на сайте <http://ottepel.galery/>, а также имеющимися в деле заявки государственными письмами участников данных мероприятий. При этом следует отметить, что Интернет, являясь глобальной информационной сетью, доступной для большой части населения, в настоящее время стал одним из основных средств свободного распространения и получения разного рода информации, в том числе и о вышеуказанных выставках и мероприятиях.

В связи с указанным государственная регистрация товарного знака по заявке №2017707572, а также возможная последующая деятельность под этим обозначением в области услуг, связанных с организацией и проведением выставок и других услуг, однородных заявлением, способны ввести потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги.

Следовательно, имеются основания для признания заявленного обозначения несоответствующим требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем особом мнении заявителя приведены доводы, которые, в основном, повторяют доводы возражения и проанализированы в заключении коллегии.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 07.12.2018, оставить в силе решение Роспатента от 09.08.2018.