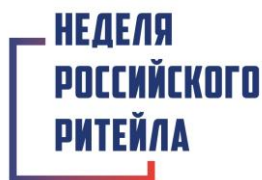


## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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, рассмотрела возражение, поступившее 08.02.2021, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Ритейл Эвент» (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2019709499 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.



Обозначение по заявке №2019709499, поступившей в  
федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности  
05.03.2019, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя  
в отношении товаров 16 и услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечне  
заявки.

Решение Роспатента от 31.07.2020 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2019709499 было принято на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому знак не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Указанное несоответствие мотивировано следующим.

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА» (где «неделя» - семидневный промежуток времени, посвящённый чему-либо, какому-либо событию, см. «Энциклопедический словарь», <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/39096/Неделя>; «российский» - относящийся к России, см. «Толковый словарь Ефремовой», Т.Ф. Ефремова, 2000, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/239215/Российский>; «ритейл» - направление деятельности предприятия по развитию розничных точек, см. «Словарь бизнес-терминов», 2001, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/19344>) в силу своего семантического значения является неохранным элементом обозначения, так как характеризует заявленные товары и услуги, указывает на их свойства и назначение.

Поскольку неохранный элемент занимает в заявленном обозначении доминирующее положение, оно не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака как не обладающее различительной способностью в целом.

В поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражении заявитель выражает несогласие с решением Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА» является названием ежегодного международного форума, проводимого заявителем - ООО «Ритейл Эвент»;

- при оценке характера обозначения «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА» стоит учитывать, что составляющие его слова грамматически и семантически взаимосвязаны друг с другом и, следовательно, совместно формируют уникальную неделимую комбинацию, имеющую самостоятельное семантическое значение, отличающиеся от смысловых значений составляющих его отдельных слов. Таким

образом, для оценки должен быть использован перевод/значение комбинации в целом, а не перевод/значение отдельных ее элементов;

- обозначение «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА», очевидно, не может восприниматься потребителем как однозначная характеристика заявленных товаров и услуг 16, 35, 38, 41 классов МКТУ;

- обозначение «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА» имеет следующее значение - серия мероприятий, посвященных обсуждению и развитию отрасли розничной торговли на территории Российской Федерации, которые проводятся одно за другим, в течение условного промежутка времени (не обязательно 5 или 7 дней). Указанное значение известно всем потребителем, знакомым с форумом. При этом наличие слова «РОССИЙСКИЙ» не является указанием на место производства или сбыта товаров 16 класса МКТУ, либо оказания услуг 35, 38 и 41 классов МКТУ. Слово «РОССИЙСКИЙ» указывает только на тему форума – территориальную принадлежность отрасли, которой он посвящен - розничная торговля в России. При этом сам форум или его отдельные мероприятия могут проходить за пределами Российской Федерации. Как следствие, деятельность по производству / реализации товаров 16 класса МКТУ и оказанию услуг 35, 38 и 41 классов МКТУ в связи с организацией и проведением форума может осуществляться и за пределами Российской Федерации;

- слово «РИТЕЙЛ» также не является указанием на способ сбыта товаров 16 класса МКТУ или свойство услуг 35, 38 и 41 классов МКТУ. Как и слово «РОССИЙСКИЙ», слово «РИТЕЙЛ» относится к теме форума - конкретной отрасли, обсуждению которой посвящены мероприятия. Наличие указанного слова не подразумевает осуществления розничной продажи товаров 16 класса МКТУ в рамках форума, равно как и оказания услуг по развитию точек розничных продаж для конкретных предприятий;

- наличие в словесном элементе слова «НЕДЕЛЯ» не является указанием на время производства или сбыта товаров 16 класса МКТУ, либо оказания услуг 35, 38 и 41 классов МКТУ. В контексте семантики словосочетания «НЕДЕЛЯ

РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА», слово «НЕДЕЛЯ» подразумевает условный промежуток времени (который может занимать от 4 до 6 дней), в течение которого непосредственно проводятся мероприятия форума. Однако, деятельность по производству и реализации товаров 16 класса МКТУ, а также оказанию услуг 35, 38 и 41 классов МКТУ в связи с организацией и проведением форума осуществляется заявителем далеко за пределами срока проведения мероприятий;

- указанные доводы также подтверждаются практикой экспертизы Роспатента, согласно которой в качестве товарных знаков были зарегистрированы аналогичные обозначения: товарный знак по свидетельству № 615292 «EURASIAN BUSINESS WEEK / ЕВРАЗИЙСКАЯ НЕДЕЛЯ БИЗНЕСА», товарный знак по свидетельству № 460532 «EURASIAN MARKETING WEEK / ЕВРАЗИЙСКАЯ НЕДЕЛЯ МАРКЕТИНГА», товарный знак по свидетельству № 622541 «РОССИЙСКАЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ НЕДЕЛЯ», товарный знак по свидетельству №656027 «НЕДЕЛЯ ОБРАЗОВАНИЯ В МОСКВЕ», серия товарных знаков по свидетельствам №№ 697501, 687913, 687915, 686984 «МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ НЕДЕЛЯ» и др.;

- форум «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА», оператором которого является заявитель, проводится ежегодно с 2015 года при участии Министерства промышленности и торговли Российской Федерации и Российской ассоциации экспертов рынка ритейла (РАЭРР). Форум является знаковым событием для всех лиц, имеющих отношение к отрасли розничной торговли и широко известен среди потребителей. Количество участников форума растет с каждым годом - в 2019 году в форуме приняли участие более 6500 организаций и предпринимателей, а также более 500 торговых сетей. В качестве экспертов форума выступают ведущие государственные деятели - Министр промышленности и торговли Российской Федерации Мантуров Д.В., заместитель министра промышленности и торговли Российской Федерации Евтухов В.Л., а также представители лидеров рынка ритейла - президент ПАО «Магнит» Ян Дюннинг, генеральный директор Яндекс. Маркет Гришаков М.П., основательница и генеральный директор WILDBERRIES

Бакальчук Т.В. и т.д. Партнерами форума являются такие известные компании как Coca-Cola, Samsung, X5 Retail Group (ТД «Перекресток») и т.д.;

- как видно из представленных сведений, словосочетание «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА» активно используется заявителем в течение длительного времени и приобрело широкую известность среди потребителей на территории Российской Федерации, в связи с чем отказ в регистрации товарного знака по заявке № 2019709499 нанесет ущерб хозяйственной деятельности заявителя и даст возможность недобросовестным участникам рынка использовать уже ставшее известным обозначение.

С учетом приведенных в возражении доводов заявитель просит отменить решение об отказе в регистрации товарного знака по заявке №2019709499 и зарегистрировать заявленное обозначение для всех заявленных товаров и услуг.

К возражению приложены следующие материалы:

- письмо Министра промышленности и торговли Российской Федерации [1];
- сведения о количестве участников форума [2];
- информация о форуме [3];
- договоры с партнерами и спонсорами [4];
- информация о маркировке сувенирной продукции [5];
- информация о заявителе [6];
- информация о публикациях в СМИ [7].

Заявителем были представлены дополнительные материалы об известности потребителю заявленного обозначения и ограничение заявленного перечня товаров и услуг 16, 35, 38, 41 классов МКТУ, в отношении которых испрашивается регистрация товарного знака, следующим образом:

*16 - авторучки; альбомы; афиши; баннеры бумажные; бейджи именные [офисные принадлежности]; билеты; бланки; блокноты; блокноты [канцелярские товары]; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; вывески бумажные или картонные; газеты; держатели для документов [канцелярские принадлежности]; журналы [издания периодические]; издания периодические;*

издания печатные; изображения графические; карандаши; карандаши автоматические; картинки; картинки переводные; каталоги; книги; кнопки канцелярские; листовки; материалы графические печатные; материалы для обучения [за исключением приборов]; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; наборы типографские портативные [офисные принадлежности]; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; обложки [канцелярские товары]; обложки для паспортов; открытки поздравительные; открытки почтовые; пакетики бумажные; папки-картотеки [канторские принадлежности]; папки обложки для документов; перья золотые; перья стальные; плакаты; подставки для пивных кружек; подставки для ручек и карандашей; приборы письменные; принадлежности письменные; принадлежности пишущие; продукция печатная; проспекты; расписания печатные; репродукции графические; ручки-держатели для перьев; ручки-маркеры [канцелярские принадлежности]; тетради; флаеры; фотогравюры; фотографии [отпечатанные]; эмблемы [клейма бумажные].

35 - агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация

*торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; оценка коммерческой деятельности; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; продажа аукционная; продвижение продаж для третьих лиц; 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; 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; телемаркетинг; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая.*

*38 - агентства печати новостей; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; обеспечение доступа на дискуссионные форумы в интернете; передача видео по запросу; передача поздравительных открыток онлайн; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; предоставление онлайн форумов; предоставление услуг видеоконференцсвязи.*

*41 - бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов; составление программ встреч [развлечение]; услуги образовательно-воспитательные; фотографирование; фоторепортажи.*

Дополнительные материалы, в частности, содержат договоры с генеральными партнерами-участниками форума - Кока-Кола «ЭйчБиСи Евразия» (Договор от 11.04.2016), Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС) (Договор от 09.02.2016), ПАО «Мегафон» (Договор НРР-МГФ-01/2017), АО «Торговый Дом «Перекресток» (Договор НРР-Х5-01/2018 от 05.12.2017), ПАО «Вымпелком» (Договор НРР-01-01/2018 от 23.05.2018) [8]; договоры об оказании услуг по организации мероприятия, в частности услуг по предоставлению помещений для проведения форума, их оформления, монтажа/демонтажа необходимого оборудования, услуг ресторанного обслуживания, а также услуг по обеспечению безопасности [9]; договоры на изготовление полиграфической продукции и канцелярских материалов, в частности, буклетов, брошюр, пакетов, ручек, каталогов, значков, наклеек и прочей продукции [10]; договоры,



демонстрирующие действия заявителя направленные на продвижение мероприятия, в частности, договор с ГУП «Мосгортранс» на размещение и техническое обслуживание рекламно-информационной продукции «Неделя Российского Ритейла» на остановочных павильонах [11]; договоры с АО «Москва Медиа» и на изготовление рекламно-информационных аудио-визуальных материалов, социальной рекламы форума в эфире телеканалов «Москва24», «Москва Доверие» [12], а также эфирные справки о прохождении рекламного материала в эфире телеканалов [13].

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия сочла доводы возражения убедительными в части.

С учетом даты (05.03.2019) поступления заявки №2019709499 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу с 31.08.2015 (далее - Правила).

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, 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.

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.

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 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.

В соответствии с пунктом 35 Правил указанные в пункте 34 настоящих Правил элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено комбинированное



обозначение «  
», состоящее из словесного элемента «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА», выполненного стандартным шрифтом буквами русского алфавита, размещенного в правом верхнем углу разомкнутого четырехугольника.

Правовая охрана товарного знака испрашивается в отношении уточненного перечня товаров 16 и услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, приведенного в дополнении к возражению.

Словесный элемент «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА», входящий в состав заявленного обозначения и доминирующий в нем, представляет собой словосочетание, которое, как справедливо отмечено в возражении, воспринимается в значении комплекса мероприятий, посвященных изучению проблем развития отрасли розничной торговли на территории Российской Федерации, то есть указанный словесный элемент напрямую связан с розничной торговлей и сопутствующими ей услугами.

Следует отметить, что согласно общедоступной информации сети интернет «Ритейл» (Retail) – это заимствованное из английского языка слово, которое служит для определения процесса розничной продажи продукции или услуги конечным потребителям. Изначально термин использовался в маркетинге, в настоящее время распространен в различных областях торговли. Например, продуктовый ритейл, fashion-ритейл, автомобильный ритейл, ювелирный ритейл, банковский ритейл (кредитование физлиц).

В связи с указанным словосочетание «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА» может восприниматься как указание на вид и назначение заявленных услуг 35 класса МКТУ, что позволяет отнести этот элемент к неохранным на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, как правомерно указано экспертизой.

Что касается уточненного перечня товаров 16 и услуг 38, 41 классов МКТУ, то в отношении этих товаров/услуг обозначение «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА», по мнению коллегии, не является прямым указанием их вида или назначения либо какой-то иной характеристикой вышеуказанных товаров и услуг.

Кроме того, анализ материалов возражения и общедоступных источников информации показал, что заявленное обозначение в целом и указанное словосочетание в частности приобрело различительную способность в результате длительного использования обозначения заявителем в отношении товаров и услуг, связанных с организацией и проведением выставочных мероприятий, посвященных вопросам развития отрасли розничной торговли в Российской Федерации в рамках проводимого ежегодно с 2015 года форума при участии Министерства промышленности и торговли Российской Федерации и Российской ассоциации экспертов рынка ритейла (РАЭРР), что подтверждается представленными заявителем материалами [1-11], среди которых договоры с партнерами и спонсорами мероприятия, информация о количестве участников форума, сведения о публикациях в средствах массовой информации, договоры на изготовление сувенирной полиграфической продукции и канцелярских товаров, договоры на размещение и техническое обслуживание рекламно-информационной продукции «Неделя Российского Ритейла» на остановочных павильонах; договоры на изготовление рекламно-информационных аудио-визуальных материалов, социальной рекламы форума в эфире телеканалов, а также эфирные справки о прохождении рекламного материала и др.

В частности, в возражении имеется письмо Министра промышленности и торговли Российской Федерации, в котором указано, что с 2015 года единственным оператором форума является заявитель. Обозначение «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА» используется в качестве названия этого форума, на котором обсуждаются направления развития розничной торговли, определяются подходы государства к формированию «лица» современного рынка ритейла, поднимаются проблемы отрасли. Данный форум собирает на одной площадке руководителей органов власти в сфере торговли, менеджмент ведущих торговых сетей,

производителей, поставщиков, представителей банковской сферы, аналитиков и экспертов в сфере ритейла. Так, первый форум, состоявшийся и проведенный заявителем в 2015 году, собрал более 3000 участников, в 2016 году - 4000, в 2017 году - более 5000, в 2018 году – более 6000, в 2019 году - более 6500 организаций и предпринимателей, в 2020 – более 7000 участников. Партнерами форума являются такие известные компании как Coca-Cola, Samsung, X5 Retail Group (ТД «Перекресток»), Азбука Вкуса, Лента, Магнит, Почта России, NielsenIQ и др. В числе информационных партнеров форума крупнейшие информационные агентства ИТАР-ТАСС, Интерфакс, РБК, Риа Новости и др.

Широкое освещение форума «НЕДЕЛЯ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА» как самим заявителем, так и ведущими информационными агентствами, официальными сайтами государственных и муниципальных органов, а также тематическими Интернет-ресурсами способствует его популяризации и росту узнаваемости среди российских потребителей.

Таким образом, заявленное обозначение следует признать удовлетворяющим требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении части товаров 16 и услуг 38, 41 классов МКТУ.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 08.02.2021, отменить решение Роспатента от 31.07.2020 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2019709499.**