

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный №59454, рассмотрела поступившее 11.07.2024 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «КОНСТАНТА ТОРГ», город Москва (далее – заявитель), на решение Роспатента о регистрации товарного знака по заявке №2023724543, при этом установила следующее.

Обозначение «  **МПР** » по заявке №2023724543 с приоритетом от 28.03.2023 было заявлено на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 41, 43 классов МКТУ.

Роспатент принял решение от 12.03.2024 о государственной регистрации товарного знака по указанной заявке в отношении всех заявленных товаров и услуг, исключив из самостоятельной правовой охраны элемент «МПР».

Указанное решение обосновано тем, что входящий в состав обозначения элемент «МПР» не обладает различительной способностью, представляет собой сочетание букв, не имеющих характерного графического исполнения и словесного характера, ввиду чего является неохраняемым элементом

заявленного обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 11.07.2024 поступило возражение на решение Роспатента от 12.03.2024, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель оспаривает решение Роспатента в части исключения элемента «МПР» из самостоятельной правовой охраны, полагая, что входящий в состав обозначения элемент «МПР» соответствует критериям охраноспособности и обладает достаточной различительной способностью;

- первый магазин «МПР Магазин постоянных распродаж» был открыт в 2018 году, в декабре 2023 года насчитывается 529 магазинов (<https://mpr-shop.ru/shops/>);

- на сайте «YouTube» размещен канал «МПР Магазин Постоянных Распродаж». Дата регистрации канала 16 октября 2019 года. Более 20000 просмотров, около 200 подписчиков. Обзор потребителей на платформе «YouTube»: <https://www.voutube.com/watch?v=PhFOQVfev0A> - 5.1. тысяч просмотров и [https://www.youtube.com/watch?v=IVl-KE9\(7\)rCA-](https://www.youtube.com/watch?v=IVl-KE9(7)rCA-) 4.8 тысяч просмотров, 197 людям понравился обзор;

- сервис «Яндекс Карты» содержит отзывы и фотографии точек розничной торговли «Магазин Постоянных Распродаж»;

- в социальной сети «Вконтакте» есть официальная страница «МПР Магазин Постоянных Распродаж», насчитывающая более 21000 подписчиков (<https://vk.com/mpr.shop>). Первая запись в группе датирована 10 июня 2019 года;

- открытие магазина в городе Ачинск в 2019 году было освещено местным телевидением;

- активное использование социальных сетей, большое количество просмотров и наличие огромного количества подписчиков на страницах и каналах «МПР Магазин постоянных распродаж» свидетельствует об известности среди потребителей, а значит приобретении различительной способности заявленным обозначением;

- датой начала администрирования доменного имени является 15.05.2020, администратором является заявитель по заявке на товарный знак №2023724543, что подтверждается данными из сервиса «Whois»;

- представлены сведения, в том числе рекламного характера о публикации информации в открытой печати- ссылки на статьи в сети интернет, размещение информации в журналах авиакомпаний «Россия», «S7», «Уральские авиалинии»;

- заявитель по заявке ООО «КОНСТАНТА ТОРГ» также является



правообладателем товарных знаков «», «», «» по свидетельствам №№798989, 758660, 971159 (даты приоритета - 23.09.2019, 23.09.2019, 28.12.2022);

- «МНР Магазин Постоянных Распродаж» является франшизной сетью, включающей в себя 546 розничных магазинов (данные июнь 2024) в 332 городах присутствия (данные июнь 2024). Франшиза «МНР» вошла в 30 самых выгодных франшиз в России - 2024;

- «МНР» - это федеральная розничная сеть международного масштаба, из 530 открытых магазинов четыре работают в Казахстане и Армении.

В подтверждение изложенных сведений заявителем представлены следующие материалы:

1. скриншоты отзывов и фотографий точек розничной торговли «Магазин Постоянных Распродаж»;

2. изображения записей в группе «Вконтакте»;

3. архивные данные, полученные с помощью сервиса «Wayback Machine», доказывающие использование заявленного обозначения;

4. реестр договоров коммерческой концессии.

С корреспонденцией, поступившей 23.08.2024, были приложены: договор на оказание рекламных услуг № Е-3072/08/22 от 17.08.2022 с

приложением, договор на оказание рекламных услуг № ИМ-22.10-2144 от 01.11.2022 с приложениями, договоры-заявки на участие в выставках VERSOUS 2024, BUYBRAND Expo 2023, сведения о затратах на рекламу за период с 2022 по 2023.

На заседании коллегии, состоявшемся 22.10.2024, заявителем было приобщено экспертное заключение ФГБОУ ВО РГАИС от 11.09.2024. Согласно данному заключению, заявленное обозначение обладает различительной способностью и не является описательным и/или иным образом не характеризует услуги 35 класса МКТУ.

В дополнение к возражению приложено заключение научно-исследовательского института защиты интеллектуальной собственности №СО-0511-50 от 05.11.2024. На основании проведенного в период с 14 августа по 1 ноября 2024 года социологического исследования среди жителей РФ в возрасте 18 лет и старше услуг розничной и оптовой торговли (35 класс МКТУ), включая реализацию товаров посредством сети Интернет и их продвижение, получены следующие данные:

- на дату 20.03.2023 20% респондентов были знакомы с обозначением « **МПР** », на момент исследования показатель узнаваемости вырос до 32%;
- как на текущий момент, так и на 20.03.2023 большинство опрошенных респондентов устойчиво ассоциируют обозначение "МПР" с услугами оптовой и розничной торговли, включая онлайн-продажи;
- большинство респондентов (56% на настоящее время и 36% на 20.03.2023) связывают использование обозначения "МПР" с компанией "Константа торг";
- примерно половина участников исследования как на настоящую дату, так и на 20.03.2023 считают, что обозначение "МПР" принадлежит исключительно одной компании.

Согласно Заключению №СО-0511-50 от 05.11.2024 на сегодняшний день и на дату 20.03.2023 присутствуют социологические признаки различительной способности, в том числе приобретенной в процессе использования, у

обозначения по заявке №2023724543 в отношении услуг 35 класса МКТУ - продажа товаров оптовая и розничная, в том числе с использованием сети Интернет, продвижение продаж для третьих лиц, в группе потребителей данных услуг.

Заявитель в корреспонденции от 11.12.2024 дополнительно указал, что:

- обозначение «  **МПР** Товары для дома » длительное время используется на официальном сайте;

- объем рекламных расходов с 2022 года до даты подачи заявки составил 12 900 896 (двенадцать миллионов девятьсот тысяч восемьсот девяносто шесть) рублей.

К корреспонденции, поступившей 13.02.2025, заявителем были приложены следующие материалы:

- таблица, отражающая динамику развития сети «Магазинов постоянных распродаж МПР» по годам, и географическое распространение «Магазинов постоянных распродаж МПР» по федеральным округам РФ;

- письменные пояснения ООО «НИИ ЗИС» по вопросам относительно заключения №СО-0511-50;

- претензии о незаконном использовании обозначения;

- данные развития сети магазинов по федеральным округам и годам;

- статья ««Магазин постоянных распродаж»: бизнес-модель с говорящим названием»;

- распечатки внешнего вида Телеграмм канала «МПР Магазин постоянных распродаж» и группы «МПР Россия Магазин постоянных распродаж» в социальной сети «Одноклассники»;

- рейтинги франшиз и статья в «FORBES» - «Скидки круглый год» про сеть магазинов постоянных распродаж;

- информационный буклет «Франшиза МПР Магазин постоянных распродаж»;

- примеры регистраций, состоящих из трехбуквенных обозначений, которые охраняются без дискламации для услуг 35 класса МКТУ.

На основании изложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 12.03.2024 в отношении части услуг 35 класса МКТУ - «продажа товаров оптовая и розничная, в том числе с использованием сети Интернет; продвижение продаж для третьих лиц» и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака без дискламации элемента «МПР».

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (28.03.2023) заявки №2023724543 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 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.

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено комбинированное обозначение « МПР», включающее элемент «МПР», выполненный заглавными буквами русского алфавита. Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке №2023724543 испрашивается в красном и белом цветовом сочетании в отношении товаров и услуг 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 41, 43 классов МКТУ.

Заявитель оспаривает решение Роспатента от 12.03.2024 исключительно в части исключения элемента «МПР» из правовой охраны в отношении услуг 35 класса МКТУ «продажа товаров оптовая и розничная, в том числе с использованием сети Интернет; продвижение продаж для третьих лиц».

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиями пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное комбинированное обозначение включает в себя простое сочетание заглавных букв «МПР» красного цвета, расположенных на белом фоне. Буквы выполнены стандартным шрифтом, не имеют характерного графического исполнения и словесного характера, поскольку не образуют устойчивой лексической единицы. Исполнение букв «МПР» в красном цвете не придает им качественно иной уровень восприятия. Таким образом,

заявленное обозначение, в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака, не обладает различительной способностью в отношении заявленного перечня на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса. При этом расположение элементов в пространстве обозначения не образует комбинацию, обладающую различительной способностью.

Законодательством допускается регистрация в качестве товарного знака такого рода обозначений при условии приобретения обозначением различительной способности в результате его использования (абзац 7 пункта 1 статьи 1483 Кодекса).

Анализ представленных доказательств показал следующее.

В ходе изучения предоставленных заявителем материалов, размещённых на официальном сайте, а также на страницах в социальных сетях («ВКонтакте», «Телеграм», «Одноклассники») и видеохостинге

«YouTube», установлено, что используемые обозначения «»,

«», «», « Магазин Постоянных Распродаж  Товары для дома » не соответствуют заявленному

обозначению «». Данное несоответствие подтверждается приложенными скриншотами отзывов и фотографиями вывесок розничных точек. Представленные материалы преимущественно содержат сведения о товарном знаке, уже прошедшем регистрацию (свидетельство №758660), а не о заявленном обозначении.

Кроме того, в представленных договорах о предоставлении услуг в сфере рекламы отсутствуют конкретные указания на перечень товаров и услуг, а также на заявленное обозначение, под которым такая реклама должна осуществляться. В частности, в договоре № IM-22.10-2144 в разделе, касающемся наименования рекламно-информационных материалов, указано словосочетание «МПР товары для дома», что также не соответствует заявленному заявителем обозначению.

Факт наличия у заявителя свидетельств о регистрации товарных

знаков №758660 и №971159 сам по себе не подтверждает различительную способность заявленного обозначения, поскольку элемент «МПР» в указанных товарных знаках исключён из правовой охраны.

Анализ социологического исследования показал следующее.

Согласно представленному социологическому опросу, лишь 20% респондентов были знакомы с обозначением «МПР», что является пограничным значением, учитывая позицию Суда по интеллектуальным правам, изложенную в информационной справке «О выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите интеллектуальных прав», утвержденной Постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 № СП-21/15. Однако, учитывая, что сфера деятельности, в которой используется спорное обозначение (торговля), является распространенной и не обладает высокой степенью уникальности.

Согласно анкете проведенного социологического исследования, респондентам изначально демонстрировалось обозначение «  МПР », включающее изобразительный элемент в виде стилизованной продуктовой тележки. В связи с этим ответы большинства опрошенных, ассоциирующих обозначение «МПР» с услугами по продаже товаров, являются ожидаемыми и не подтверждают приобретённую различительную способность данного обозначения.

Коллегия обращает внимание на то, что методологическая конструкция опроса вызывает серьезные сомнения в достоверности полученных результатов. Во-первых, повторяемость вопросов тестирования не обеспечила достаточной валидности выводов, поскольку незначимая разница между ответами «может использовать только одна конкретная компания» (51%) и «могут использовать любые компании» (48%) не позволяет однозначно утверждать о сложившейся у потребителей ассоциации обозначения «МПР» с конкретным правообладателем.

Во-вторых, значительная доля респондентов продолжила опрос,

несмотря на отсутствие знания обозначения «МПР», что свидетельствует о возможных дефектах анкетирования, таких как наводящий характер вопросов, отсутствие фильтрующих вопросов для отсева неосведомленных респондентов, риск случайных или неосмысленных ответов, ставящих под сомнение репрезентативность исследования.

Учитывая изложенное, коллегия полагает, что представленные данные не позволяют сделать однозначный вывод о приобретенной различительной способности обозначения «  МПР » в силу недостаточной доказательной базы и возможных методических погрешностей при проведении опроса.

Коллегия отмечает, что данные результаты опроса предполагает узнаваемость заявленного обозначения «  МПР », однако реальное использование обозначения носит единичный характер. В представленных документах (договоры, рекламные материалы) используются иные обозначения. Это свидетельствует о том, что опрос отражает гипотетическую, а не фактическую осведомленность потребителей.

Представленные заявителем примеры иных регистраций не могут являться убедительным доводом в пользу регистрации заявленного обозначения без выведения из охраны элемента «МПР», поскольку делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно, с учетом всех обстоятельств дела.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 11.07.2024, оставить в силе решение Роспатента от 12.03.2024.