

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 26.12.2024, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ПЕРВОСТРОИТЕЛЬ», г. Екатеринбург (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023708477 от 28.03.2024 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Словесное обозначение «**Public**» по заявке №2023708477, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 07.02.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 43, 45 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 28.03.2024 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023708477 в отношении заявленных

услуг 43, 45 классов МКТУ ввиду несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 1, пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается тем, что составляющий заявленное обозначение словесный элемент «PUBLIC» (в переводе с английского языка «общественный, публичный, социальный, гражданский, общедоступный», см. <https://translate.yandex.ru/dictionary/Английский-Русский/public%0A>)

указывает на свойства и назначение заявленных услуг 43, 45 классов МКТУ, вследствие чего не обладает различительной способностью и является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Заявленным обозначением, состоящим только из элементов, характеризующих товар/услуги, не предоставляется правовая охрана, а производителям / лицам оказывающим услуги – исключительное право на их использование, т.к. у любого лица может возникнуть необходимость использовать в гражданском обороте обозначения, которые характеризуют товар и связанные с ним услуги.

Кроме того, установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком / знаком обслуживания «PUBLIX», зарегистрированным под №566548 (с приоритетом от 25.02.15) на имя Общество с ограниченной ответственностью «ОНТАРИЯ», 117042, Москва, ул. Южнобутовская, д.101, оф.18 в отношении однородных товаров 43 класса МКТУ.

В поступившем возражении от 26.12.2024 заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему.

Помимо указанных экспертизой толкований слова «public» на том же сайте приведены и иные значения данного слова, а именно, «публика, аудитория, население, народ», а также «открытый» и т.д., которые по отношению к упомянутым услугам не являются описательными.

В качестве доказательств приобретения обозначением «Public» различительной способности в отношении услуг 43 класса МКТУ, заявителем были представлены следующие сведения:

1. Вывеска с обозначением «Public», расположенная снаружи и внутри входной группы здания, в котором расположены ресторан, бар и бильярдная, оказывающие услуги под данным обозначением (Приложение № 1).

2. Информация о ресторане и его открытии, размещенная в сети Интернет по следующим адресам (Приложение № 2):

2.1.<https://globalcity.info/news/20/10/2022/46153> (ресурс Интернет-журнал «Global City»),

2.2.<https://66.ru/realty/news/releases/269115/>,

2.3.<https://www.uralsky-rabochi.ru/news/iteni/42848> - сайт газеты «Уральский рабочий»,

2.4.<https://www.kommersant.ni/doc/5621314>;

<https://www.kommersant.ru/doc/5621314> – сайт журнала «Коммерсант»,

2.5.<https://66.ru/eda/257613/>,

2.6.<https://momenty.org/restaurants/18168>,

2.7.<https://www.e1.ru/text/realty/2023/04/19/72229334/>,

2.8.<https://stroygaz.ru/publication/proiiection/razvivat-gorod-kompleksno-uralskiy-pervostroitel-naclialprimenyat-prinsipy-krt-do-togo-kak-eto-stal/>.

3. Интенсивное использование обозначения «Public» связано с активной деятельностью заявителя, который является не только участником всевозможных гастрономических фестивалей, но и инициатором их проведения (Приложение № 3):

3.1.<https://globalcity.info/news/16/03/2023/49706>,

3.2. <https://oblgazeta.ni/culture-and-spoits/tourism/2024/01/33112/> - сайт Областной газеты,

3.3.<https://choice-media.ru/tpost/hzz1az7871-nastoi-na-pihte-shanga-s-oleninnoi-i-goro>,

3.4.https://ekaterinburg.vibirai.ru/articles/public_otkroet_sezon_sobytiy_festivalem_chernomorskoy_kuhni-3007875,

3.5.<https://momenty.org/restaurants/198856>,

3.6.<https://globalcity.info/news/10/05/2023/51142>,

3.7.<https://www.kommersant.ru/doc/6069367>,
<https://ura.news/news/1052661623>,
<https://www.el.ru/text/food/2023/07/01/72452948/>,
3.8.<https://momenty.org/restaurants/20937>,
3.9.<https://www.el.ru/text/food/2023/07/25/72528365/>,
3.10.<https://vs-online.ru/bio-shmio-provedut-restival-rislinga/>,
3.11.<https://66.ru/news/freetime/265159/>,
3.12.<https://66.ru/news/freetime/264936>, <https://dk.ru/news/237186032>,
3.13.<https://globalcity.info/news/30/06/2023/52477>,
3.14.<https://www.el.ru/text/food/2023/10/04/72771263/>.

4. Услуги, оказываемые под обозначением «Public» и относящиеся к 43 классу МКТУ, имеют высокий уровень и широко известны в Российской Федерации (Приложение № 4). Сведения об этом размещены в сети Интернет, в частности, по адресам:

4.1.<https://www.ural.kp.ru/daily/27556.5/4824246/>,
4.2.<https://momenty.org/restaurants/22856>,
4.3.<https://www.el.ru/text/food/2023/09/15/72711671/>,
4.4.<https://globalcity.info/article/22/03/2023/49862>.

5. За участие в фестивале «ГастросетЕкатеринбург» ресторан «Public» награжден дипломом.

6. Ресторан «Public» является новатором в гастрономическом искусстве. Так, например, в ресторане «Public» появился сет блюд, рецептура которого сгенерирована нейросетью (Приложение № 5):

6.1.<https://momenty.org/restaurants/20598>,
6.2.<https://momenty.org/restaurants/21784>.

7. Помимо этого, в Екатеринбурге 2023 году презентовали мини-сериал о загородной жизни (<https://ura.news/news/1052702456> - Приложение № 6).

8. Обозначение «Public» широко используется заявителем, в том числе путем его размещения на упаковке готовых блюд, упаковочных листах, этикетках, меню и т.д.

9. Ресторан «Public» проводит тематические гастрономические мероприятия для разновозрастных посетителей, при этом товарный знак размещают на рекламных листах, пригласительных билетах. При проведении выездных мероприятий, например, таких, как «Лето на заводе», территория оказания услуг охватывает различные регионы РФ, например, Башкортостан, Челябинскую область, г. Кыштым, Пермский край, Свердловскую область (г. Нижний Тагил, Ирбит).

10. Заведения под вывеской «Public» являются местом, которое посещают известные (медийные) личности, в частности, <https://momenty.org/people/22268>.

11. До подачи заявки на регистрацию товарного знака «Public» заявленное обозначение ассоциировалось у потребителя с услугами, предоставляемыми конкретным производителем.

12. Благодаря активному использованию в период с 01.07.2022 по 29.02.2024 объем выручки при оказании услуг под обозначением «Public», составил 95 641 976, 43 рублей (Приложение № 7).

Дополнительно заявитель приводит еще несколько ссылок на информацию в сети Интернет, подтверждающую использование заявленного обозначения «Public», и размещенную по адресам:

- <https://www.dk.ru/news/237179044> (ИП Деловой квартал - Екатеринбург 30.01.2023) [1],

- <https://vedomostiural.ru/news/952253> (сайт газеты «Уральский рабочий») [2],

- <https://66.ru/news/freetime/265606> (ресурс El.ru 25.07.2023) [3].

Заявителем была представлена справка «АПИ мониторинг» по состоянию на 27.02.2024, подготовленная ООО «Агентство прикладных исследований», которое занимается отслеживанием трендов в информационном пространстве, охватывающем все федеральные и региональные печатные и интернет - СМИ, включая платные подписки, теле- и радиоэфир, а также соцсети «Vkontakte», «Telegram», «Facebook»,

«Twitter», «Instagram», «Одноклассники» (группы, аккаунты СМИ, организации и органы власти, личные аккаунты политиков, общественников и т.д.), «YouTube» - каналы и другие источники (Приложение № 9). Согласно указанному документу обозначение «Public» интенсивно использовалось до даты подачи заявки.

Заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак несмотря на схожее звучание имеют разные смысловые толкования.

Анализ перечней двух сравниваемых обозначений показал, что не все услуги 43 класса МКТУ являются однородными.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2023708477 для всех заявленных услуг 43, 45 классов МКТУ.

В подтверждение изложенных доводов заявителем представлены копии следующих материалов:

1. Фотографии вывески с обозначением «Public»,
2. Скриншоты интернет-страниц (2.1. - 2.8.),
3. Скриншоты интернет-страниц (3.1 – 3.14),
4. Скриншоты интернет-страниц (4.1 – 4.4.),
5. Скриншот с сайта <https://momenty.org>,
6. Скриншоты интернет-страниц (6.1. – 6.2., 10),
7. Справка об объемах выручки,
8. Скриншот значения «Public» из Большого иллюстрированного словаря иностранных слов,
9. Мониторинг по состоянию на 27.02.2024,
10. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении заявителя.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (07.02.2023) поступления заявки №2023708477 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 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.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с пунктом 1¹ 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 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.

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.

В соответствии с пунктом 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 том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные 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.

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 настоящем пункте, 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.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителя).

Заявленное обозначение «Public» состоит из словесного элемента «Public», выполненного оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана испрашивается в отношении услуг 43, 45 классов МКТУ.

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

Составляющий заявленное обозначение словесный элемент «PUBLIC» в переводе с английского языка означает «общественный, публичный,

социальный, гражданский, общедоступный», см.
<https://translate.yandex.ru/dictionary/Английский-Русский/public%0A>.

Заявитель в возражении также приводит иные значения указанного словесного элемента как «публика, аудитория, население». Вместе с тем, по мнению коллегия, восприятие элемента «Public» в значении «общественный, публичный, социальный» в контексте заявленных услуг 43, 45 классов МКТУ является наиболее очевидным для потребителя.

В этой связи значение слова «публичный, общественный» можно определить как «открытый, доступный всем желающим», «предназначенный для публики, общества» (<https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B9>).

Словесный элемент «PUBLIC» в отношении заявленных услуг 43, 45 классов МКТУ, относящихся к категории «предприятий общественного питания, временного пребывания, услуг юридических», как правило, относятся к услугам социального характера, то есть оказываются для широкого круга посетителей (населения), имеющего необходимость в той или иной услуге, будь то услуги, предоставляемые в сфере общественного питания, либо услуги, оказываемые в иной сфере профессиональной деятельности.

В этой связи словесный элемент «PUBLIC» указывает на свойства и назначение заявленных услуг 43, 45 классов МКТУ, вследствие чего не обладает различительной способностью и является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Таким образом, коллегия приходит к выводу, что составляющий заявленное обозначение словесный элемент «Public» не обладает различительной способностью и является неохраняемым элементом обозначения, ввиду чего не может быть зарегистрировано в качестве

товарного знака для всех услуг 43, 45 классов МКТУ на основании положений, предусмотренных пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

В отношении доводов заявителя о том, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в результате его активного использования в отношении заявленного перечня услуг 43 класса МКТУ, коллегией установлено следующее.

Коллегия проанализировала представленные материалы (1-10), ознакомилась с порядком использования заявителем заявленного обозначения и установила следующее.

Как следует из возражения под заявленным обозначением заявитель осуществляет деятельность, связанную с услугами 43 класса МКТУ, в частности, отмечается активное использование обозначения «Public» как название ресторана (бар, бильярдная).

В этой связи заявителем представлены фотографии вывески ресторана, новостная лента, размещенная в сети Интернет, об открытии в Екатеринбурге ресторана авторской кухни, меню ресторана, диплом (Приложение № 1, 2, 5), интернет-статья ИП Деловой квартал - Екатеринбург от 30.01.2023 [1], сайт газеты «Уральский рабочий» [2], что относится к сведениям информационного характера.

Представленные в Приложении № 3, 4, скриншоты интернет-страниц (3.1 – 3.14, 4.1, 4.2 – страница не содержит информацию, 4.3, 4.4), ссылка на новостную ленту (Приложение № 6), новостная страница [3] не могут быть приняты во внимание в оценке приобретения заявленным обозначением различительной способности, поскольку выходят за рамки исследуемого периода, то есть позже даты приоритета заявленного обозначения (07.02.2023).

В представленные с возражением фотографиях размещения обозначения «Public» на упаковке готовых блюд, упаковочных листах, этикетках, меню отсутствуют даты размещения, ввиду чего не представляется возможным соотнести данные рекламные сведения с исследуемым периодом.

Справка об объемах выручки (Приложение № 7) носит декларативный характер, поскольку указанные сведения не содержат подтверждающих документов.

Представленный мониторинг по состоянию на 27.02.2024 (Приложение № 9), демонстрирует присутствие обозначения «Public» в информационном пространстве, охватывающего федеральные и региональные печатные и интернет - СМИ, включая платные подписки, теле- и радиоэфир, а также соцсети «Vkontakte», «Telegram», «Facebook», «Twitter», «Instagram», «Одноклассники», «YouTube» - каналы, как до даты приоритета 07.02.2022, так и за ее пределами. Вместе с тем указанные сведения носят информационный характер в оценке известности заявленного обозначения.

Учитывая в совокупности все имеющиеся в деле материалы, у коллегии отсутствуют основания для вывода о том, что заявленное обозначение приобрело широкую известность на территории Российской Федерации до даты подачи заявки.

Таким образом, проведенный анализ показал, что вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, следует признать правомерным.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленный товарный знак представляет собой комбинированное обозначение «», включающий элемент «Publix», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита, и изобразительный элемент в виде стилизованного изображения идущего человека в круге. Правовая охрана предоставлена в отношении, в том числе, услуг 36, 43 классов МКТУ.

Вместе с тем коллегией было установлено, что по информации, содержащейся в открытых источниках (https://www.fips.ru/registers-doc-view/fips_servlet), действие исключительного права на товарный знак по

свидетельству №566548 истекло 25.02.2025, более того шестимесячный льготный период, в течение которого владелец товарного знака имеет возможность продлить действие товарного знака, также истек. Таким образом, истечение срок действия товарного знака и отсутствие продления действия регистрации в установленный срок, позволяет более не учитывать товарный знак по свидетельству №566548 в качестве противопоставления.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.12.2024, оставить в силе решение Роспатента от 28.03.2024.