

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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 14.01.2025 возражение, поданное Индивидуальным предпринимателем Куковякиным Константином Александровичем, г. Екатеринбург на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024722262, при этом установила следующее.

Обозначение «EUROZERKALO» по заявке №2024722262, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 01.03.2024, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 20 и услуг 35 классов МКТУ, приведенных в перечне заявки.

Роспатентом 25.12.2024 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение

не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду его несоответствия требованиям пунктов 1, 3 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что словесный элемент «EUROZERKALO» - представляет собой сложносоставное слово, состоящее из элементов «EURO» и «ZERKALO», где слово «EURO» - представляет собой общепринятое сокращение от «European» - «европейский» см. Интернет <http://www.sokr.ru/>, <https://www.multitran.com/m.exe?ll1=1&ll2=2&s=EURO&l2=2>, <https://translate.google.com/?hl=ru&sl=en&tl=ru&text=European&op=translate>) [1]; слово «ZERKALO» представляет собой транслитерацию буквами латинского языка слова «зеркало» - блестящая (стеклянная или металлическая), особым способом отшлифованная поверхность, отражающая лучи света так, что на ней получается отображение находящихся перед ней предметов, см. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/816826> [2].

Таким образом, в отношении части заявленных товаров 20 класса МКТУ, таких как: «стекло посеребренное [зеркала]; зеркала; зеркала ручные [зеркала туалетные]», услуг 35 класса МКТУ, таких как, например: «администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аренда рекламного времени в средствах массовой информации; аренда рекламных материалов; аренда рекламных щитов; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; веб-индексация в коммерческих или рекламных целях; ведение автоматизированных баз данных; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; 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 связей с общественностью; макетирование рекламы;

маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг посредством размещения продукции для третьих лиц в виртуальной среде; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; разработка стратегий организации бизнеса, связанных с корпоративной социальной ответственностью; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за

клик; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы корпоративных коммуникаций; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление бизнесом артистов; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса», заявленное обозначение указывает на их вид, свойство и назначение, в связи с чем является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Исходя из выше сказанного в отношении другой части заявленных товаров 20 и услуг 35 классов МКТУ заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку способно ввести потребителей в заблуждение относительно вида, свойств и назначения товаров и услуг.

Также в заключении по результатам экспертизы отмечено, что заявителем не были представлены документы, подтверждающие приобретенную различительную способность обозначения.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 14.01.2025, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 25.12.2024, отметив, что заявленное обозначение представляет собой вымышленное слово «EUROZERKALO», которое некорректно разделять и транслитерировать по частям. В целом оно является фантазийным по отношению к испрашиваемым товарам и услугам. Кроме того, заявитель отметил, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в процессе использования заявителем.

На основании изложенных доводов, заявитель просит удовлетворить возражение, отменить решение Роспатента от 25.12.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024722262 в отношении всех испрашиваемых товаров и услуг 20, 35 классов МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (01.03.2024) заявки №2024722262 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 (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.

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.

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.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

На регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2024722262 заявлено словесное обозначение «EUROZERKALO», выполненное стандартным шрифтом буквами латинского алфавита черного цвета.

Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 20 и услуг 35 классов МКТУ, приведенных в перечне.

Анализ заявленного обозначения на предмет соответствия требованиям пунктов 1 (3) и 3 (1) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение «EUROZERKALO» образовано путем слитного написания словесных элементов «EURO» и «ZERKALO», которые являются значимыми и разделяются потребителями при устном восприятии.

Как обоснованно отмечено в заключении по результатам экспертизы со ссылкой на словарно-справочные источники [1], [2] слово «EURO» представляет собой общепринятое сокращение от «European» - «европейский», а слово «ZERKALO» воспринимается как выполненное буквами латинского алфавита слово «зеркало» - блестящая (стеклянная или металлическая), особым способом отшлифованная поверхность, отражающая лучи света так, что на ней получается отображение находящихся перед ней предметов.

Восприятие заявленного обозначения исключительно в качестве фантазийного словесного элемента материалами возражения не подтверждено.

Коллегией исследовано смысловое содержание словесных элементов «EURO», «ZERKALO» по отношению испрашиваемому перечню товаров 20 и услуг 35 классов МКТУ, в результате чего установлено, что смысловое содержание заявленного обозначения может быть охарактеризовано как описательное, указывающее на вид, назначение, свойство части заявленных товаров/услуг.

Ряд товаров 20 класса МКТУ испрашиваемого перечня имеют видовую конкретизацию «зеркала», а ряд услуг 35 класса МКТУ по реализации,

продвижению, маркетингу, бизнес-услуг могут иметь непосредственное отношение к товару «зеркала» и сопутствующей продукции, а именно:

20 класс МКТУ - стекло посеребренное [зеркала]; зеркала; зеркала ручные [зеркала туалетные];

35 класс МКТУ - администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аренда рекламного времени в средствах массовой информации; аренда рекламных материалов; аренда рекламных щитов; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; веб-индексация в коммерческих или рекламных целях; ведение автоматизированных баз данных; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; 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 связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг посредством размещения продукции для третьих лиц в виртуальной среде; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой

информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; разработка стратегий организации бизнеса, связанных с корпоративной социальной ответственностью; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы корпоративных коммуникаций; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление бизнесом артистов; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной

разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса, заявленное обозначение указывает на их вид, свойство и назначение, в связи с чем является неохранным на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Для остальных испрашиваемых товаров 20 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ имеются основания для применения к заявленному обозначению пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, поскольку для товаров, не являющихся зеркалами и услуг, не имеющих непосредственного отношения к продвижению/реализации товаров «зеркала», заявленное обозначение способно порождать ложные ассоциации, дезориентирующие потребителя с точки зрения вида, назначения товара/услуги.

Коллегия проанализировала данные по количеству реализованных в 2023-2024 гг. товаров, приведенных заявителем в возражении, и поясняет, что предоставляемые сведения должны быть подтверждены фактическими материалами о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров/оказания услуг, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей об обозначении и лице, производящем товары и оказывающем услуги.

Данное требование обусловлено тем, что из имеющихся данных невозможно установить, каким образом и на какой территории осуществляется информирование потребителя о товарах и услугах и их маркировке, а также с кем именно потребитель связывает рассматриваемое обозначение. Таким образом, следует констатировать отсутствие в распоряжении коллегии доказательств, которые могут быть положены

в основу вывода о приобретении обозначением «EUROZERKALO» различительной способности в результате его длительного и интенсивного использования заявителем.

Резюмируя вышеизложенное, применительно к заявленному перечню товаров 20 и услуг 35 классов МКТУ, заявленное обозначение не может быть признано охраноспособным на основании пунктов 1 (3), 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.01.2025, оставить в силе решение Роспатента от 25.12.2024.