

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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 10.06.2025, поданное ООО «Атекс», г. Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023755168, при этом установлено следующее.

Обозначение «**NOVASPORT-VUOKATTI**» по заявке №2023755168, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 23.06.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 03, 04, 25, 28 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 21.08.2024 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров 03, 04, 25, 28 классов МКТУ (далее – решение Роспатента). Указанное решение Роспатента было основано на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса.

Так, согласно решению Роспатента, включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент «VUOKATTI» (Вуокатти - городской район, который является физически отдельной частью муниципалитета Соткамо, Финляндия, см. vuokatti.fi/ru/dobro-pozhalovat/) является неохраноспособным на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладает различительной способностью и

указывает на место производства заявленных товаров и местонахождения производителя товаров.

Словесный элемент «VUOKATTI» мог бы быть включен в состав заявленного обозначения как неохраняемый элемент, однако, учитывая, что адресом заявителя является город Москва, заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение в отношении места производства товаров и не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы сводятся к следующему:

- указание экспертизы на то, что словесный элемент «VUOKATTI», входящий в состав заявленного обозначения, выступает как географическое указание места производства товаров не соответствует действительности. По сведениям доступного источника информации для рядового потребителя, а именно Википедии — свободной энциклопедии: Вуокатти (фин. Vuokatti) — туристический и спортивный центр на востоке Финляндии, расположенный в муниципалитете Соткамо провинции Кайнуу. Вуокатти широко известен как курорт международного уровня и центр зимних и летних видов спорта. Из чего следует, что Vuokatti не является географическим наименованием, а только лишь названием горнолыжного курорта, то есть не постоянной величиной;

- малоизвестные географические наименования, которые не воспринимаются рядовым, средним потребителем как место производства конкретного товара, не охватываются запретом, установленным подпунктом 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- если на регистрацию заявлено малоизвестное географическое название, которое указывает на место производства или сбыта товара и нахождения производителя, но источники информации не содержат сведений о нем либо эти сведения содержатся в редких специальных изданиях, что позволяет признать географическое название практически неизвестным рядовому потребителю, ему может быть предоставлена правовая охрана. При отсутствии информации, которая может быть доступна рядовому потребителю, такое словесное обозначение не способно вызывать ассоциативных связей с местом производства товаров, нахождением производителя, а, следовательно, не способно и ввести потребителей в заблуждение относительно товара или его изготовителя;

- экспертиза указала в уведомлении в качестве источника информации - Интернет-страницу: vuokatti.fb.ru. Однако, при указании в поисковой строке данной ссылки Интернет

выдаются страницы сайта только на английском, немецком и финском языках, что в значительной степени затрудняет получение информации для рядового потребителя. Курорт Vuokatti не является ни крупным и известным городом, ни туристическим объектом с историческими достопримечательностями, ни промысловым или промышленным объектом. А принимая во внимание сложившуюся в последние три года политическую ситуацию в мире, данное обозначение вообще неизвестно рядовому российскому потребителю. Экспертизой не были предоставлены никакие сведения об известности данного обозначения российскому потребителю, например, сведения о степени информированности потребителей об обозначении VUOKATTI, включая результаты социологических опросов;

- таким образом, заявленное обозначение «VUOKATTI» является малоизвестным наименованием, не обладает определенной степенью известности, в силу чего не может вызвать у потребителя соответствующие ассоциативные связи. Указание экспертизы, что товары, маркированные заявленным обозначением, будут восприниматься потребителем, как товары, производимые в Финляндии, является предположением. По мнению заявителя, большинство потребителей не будут воспринимать товар, как произведённый в Финляндии. В подтверждение заявитель прилагает отчёт о социологическом исследовании, проведённым АО «ВЦИОМ»;

- опрос проведён в крупных городах России - Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург и других городах, насчитывающих население более 500 тыс. жителей и охватывающих всю территорию Российской Федерации. Подавляющее большинство участников опроса (83% среди покупателей любого спортивного инвентаря, 77% среди покупателей беговых или горных лыж) не знакомы с горнолыжным курортом «Vuokatti». Только 11% и 16% опрошенных соответственно считают, что этот курорт находится в Финляндии, что подтверждает малоизвестность данного названия среди жителей Российской Федерации. Практически половина респондентов полагают, что словесный элемент «VUOKATTI» не позволяет определить место изготовления беговых лыж и аксессуаров к ним. При этом заявленное обозначение «NOVASPORT-VUOKATTI» целиком вызывает ассоциацию с компанией Novasport (т.е. с ООО «Атекс», которая себя на рынке продвигает как «компания Novasport»). Четверть участников исследования (23% среди покупателей любого спортивного инвентаря, 24% среди покупателей беговых или горных лыж) считают, что товары, маркированные данным обозначением, выпускаются компанией

«Novasport». На основании изложенного, заявитель считает, что заявленное обозначение воспринимается как оригинальное и способно выполнять функцию товарного знака - отличать товары и услуги одних производителей от однородных товаров или услуг других производителей. Таким образом, можно констатировать, что заявленное на регистрацию обозначение не вводит потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров. Возможно обозначение «NOVASPORT-VUOKATTI» и может в сознании потребителя вызывать какие-либо ассоциации, что подтверждает удачность выбора такого обозначения для маркировки товара для реализации основной функции товарного знака - «индивидуализация товара, выполняемых работ или оказываемых услуг». В тоже время просим учесть, что законодательство не содержит норм, запрещающих регистрацию обозначений, вызывающих ассоциации. Расширительное же трактование норм закона не предусматривается;

- заявленное на регистрацию обозначение «NOVASPORT-VUOKATTI» является фантазийным обозначением и семантически нейтральным по отношению к заявленным товарам, а также приобрело различительную способность вследствие деятельности заявителя;

- заявитель, ООО «Атекс» с 2022 года активно вводит в гражданский оборот свою продукцию под обозначением «VUOKATTI», что подтверждается договорами поставки. Объемы продаж товаров, маркированных обозначением «VUOKATTI», только в период с августа 2022 г. по август 2023 года составили более 48 357 единиц товаров на общую сумму 51 597 394 руб. За указанный период расходы на рекламу, которые в большей степени приходились на сеть Интернет – «Яндекс.Директ», «Гугл», составили 360 000 руб. Образцы рекламы продукции заявителя представлены с возражением. Заявитель активно реализует свою продукцию как на своем сайте - www.novasport.ru, так и на различных маркетплейсах, например, «Озон», «Вайлдберриз», «ЯндексМаркет». Кроме того, товары под маркой «VUOKATTI» активно продвигаются в социальных сетях. Спортивные товары под обозначением «VUOKATTI» неоднократно участвовали в различных рейтингах 10-ти лучших фирм производителей спортивных товаров 2022-2024 годов и занимали лидирующие позиции. Распечатка отзывов потребителей о товарах заявителя и благодарственные письма подтверждают, как известность данных товаров у потребителей, так и их качество.

На основании изложенного, заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров 03, 04, 25, 28 классов МКТУ.

В подтверждение изложенных доводов заявителем представлены следующие материалы:

1. Материалы договоров на поставку товаров;
2. Справка по объемам продаж;
3. Расходы на рекламу;
4. Данные по рекламным кампаниям, образцы рекламы;
5. Информация с сайта novasport.ru;
6. Информация с сайтов маркетплейсов;
7. Информация из соц. сетей;
8. Данные по рейтингам из СМИ;
9. Отзывы покупателей и благодарственные письма;
10. Фотографии товаров под маркой «VUOKATTI»;
11. Распечатка со страницы сайта vuokatti.fi;
12. Отчёт о социологическом исследовании.

На заседании, состоявшемся 28.07.2025, коллегией были приобщены дополнительные ссылки в сети Интернет о курорте Вуокатти¹.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия установила следующее.

С учетом даты (23.06.2023) поступления заявки №2023755168 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 подпунктом 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих

¹ <https://www.ru.wikipedia.org/wiki/Вуокатти>, <https://tonkosti.ru/Вуокатти>, <https://www.karta-finland.ru/finland/vuokatti/>, <https://www.tournet.ru/finland-vuokatti-hiver.htm>, https://www.tripadvisor.ru/Tourism-g1144970-Vuokatti_Kainuu-Vacations.html,

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. 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, в частности, 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.

Заявленное обозначение «**NOVASPORT-VUOKATTI**» состоит из словесных элементов «NOVASPORT» и «VUOKATTI», выполненных стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита через дефис. Предоставление правовой охраны заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров 03 класса МКТУ «средства для лыж абразивные; средства для лыж полировальные», товаров 04 класса МКТУ «мази лыжные», товаров 25 класса МКТУ «ботинки лыжные; одежда для занятий лыжным спортом; сумки специальные для лыжных ботинок», товаров 28 класса МКТУ «лыжи; крепления для лыж; чехлы специальные для лыж; палки лыжные; чехлы для лыжных креплений; коньки ледовые; сумки для коньков; коньки хоккейные; сумки, специально адаптированные для хоккейных коньков; сумки, специально адаптированные для коньков для фигурного катания».

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

Как следует из ссылок в сети Интернет², Vuokatti (Вуокатти) – популярный курорт международного уровня, туристический и спортивный центр на востоке Финляндии, расположенный в муниципалитете Соткамо провинции Кайнуу, центр зимних и летних видов спорта. В окрестностях курорта находятся около 150 км лыжных трасс. В октябре 2000 года был открыт первый в мире туннель для круглогодичного катания на лыжах длиной 1 210 м (холодильные установки поддерживают отрицательную температуру, что позволяет сохранять снежный покров). В Вуокатти имеется 13 горнолыжных склонов, которые обслуживаются 8 подъемниками, при перепаде высот 170 м. Наиболее протяженный склон 1100 м. Вуокатти носит статус олимпийского центра, где готовятся к зимнему сезону национальные сборные Финляндии. Курорт предлагает возможности для фристайла, слоупстайла, супер-пайпа (хафпайп олимпийского стандарта) и слаломного спуска, отвечающего требованиям FIS. Также в Вуокатти есть сноуборд-парк, каток, детский склон и т.д.

В соответствии с разъяснениями Справки Суда по интеллектуальным правам, утвержденной постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.04.2017 № СП-23/10, географические названия не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков, если такие названия способны восприниматься потребителем как указание на место производства или реализации товаров. Потребитель может воспринять географическое название в качестве места производства или реализации товара только в том случае, если такое географическое название обладает определенной степенью известности, в силу чего может вызвать у него соответствующие ассоциативные связи. Согласно информации в сети Интернет, Вуокатти является популярным курортом международного уровня Северной Финляндии. Следует отметить, что информация об упомянутом курорте обладает полнотой, доступностью и насыщенностью, для ее выявления не требуется трудоемкого поиска, она широко представлена в сети Интернет. Данная информация охватывает ключевые аспекты выбора курорта, включая размещение, инфраструктуру, погодные условия и досуговые возможности. С соответствующими данными может легко ознакомиться средний российский потребитель без значительных усилий, так как они распространены. При этом Вуокатти известен, в том числе как зимний

² <https://www.ru.wikipedia.org/wiki/Вуокатти>, <https://tonkosti.ru/Вуокатти>

курорт, который имеет хорошо подготовленные лыжные трассы, каток, места для катания на сноуборде. В приведенных ссылках в сети Интернет содержатся упоминания о том, что данная местность пользуется повышенной популярностью у российских туристов на Новый год (в частности, у жителей Москвы и Санкт-Петербурга).

Предоставление правовой охраны заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров 03 класса МКТУ «средства для лыж абразивные; средства для лыж полировальные», товаров 04 класса МКТУ «мази лыжные», товаров 25 класса МКТУ «ботинки лыжные; одежда для занятий лыжным спортом; сумки специальные для лыжных ботинок», товаров 28 класса МКТУ «лыжи; крепления для лыж; чехлы специальные для лыж; палки лыжные; чехлы для лыжных креплений; коньки ледовые; сумки для коньков; коньки хоккейные; сумки, специально адаптированные для хоккейных коньков; сумки, специально адаптированные для коньков для фигурного катания», которые относятся к лыжам, средствам для хранения и обработки лыж, конькам и сумкам для них. По мнению коллегии, в случае маркировки данных видов товаров заявленным обозначением, включающим элемент «VUOKATTI» потребители будут воспринимать данное обозначение как указание на место их производства, а также на место нахождения заявителя. Указанное обусловлено широкой известностью курорта Вуокатти именно в качестве местности, в которой занимаются лыжным спортом, а также есть возможности для катания на коньках. Более того, по ссылке в сети Интернет³, на которой присутствует информация о товарах заявителя, указано следующее: «бренд VUOKATTI, который был назван в честь знаменитого горнолыжного курорта в Финляндии, расположенный в 572 км от столицы страны — Хельсинки», на товарах заявителя также указано «ingeneered in Finland» (разработано в Финляндии). Позиционирование товаров как разработанных в Финляндии, отсылающих к знаменитому курорту в Финляндии ООО «АТЕКС» свидетельствует о формировании и самим заявителем устойчивой связи между обозначением «VUOKATTI», маркирующим товары заявителя, находившиеся в гражданском обороте, и курортом Вуокатти в Финляндии.

Резюмируя вышеизложенную информацию, коллегия приходит к выводу о том, что заявленное обозначение не имеет никаких иных семантических значений кроме как курорт Вуокатти, который действительно обладает известностью в связи с испрашиваемыми к регистрации товарами, следовательно, заявленное обозначение может быть воспринято как

³ <https://vuokatti-ski.ru/#rec757242867>

место производства товаров или место нахождения заявителя (его предприятия), и такое восприятие является правдоподобным, в связи с чем заявленное обозначение не соответствует пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса.

Заявитель указывает, что элемент «VUOKATTI» не является географическим указанием, так как представляет собой лишь название курорта. Вместе с тем, коллегия полагает, что упомянутое название курорта все-таки ориентирует потребителя относительно конкретной географической местности, хорошо известной релевантному российскому потребителю.

Положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса допускают регистрацию обозначений, которые приобрели различительную способность в отношении товаров, производимых заявителем. Заявителем были представлены документы (1-10), надлежащие анализу в рамках изложенной правовой нормы. Вместе с тем, оценив представленные документы, коллегия не может согласиться с приведенным заявителем доводом, по следующим причинам.

Часть договоров поставки, заключенных между заявителем и третьими лицами (ООО «Дионикс», ООО «ВТК», индивидуальным предпринимателем Садчиковым Н.В., ООО «ОнЛайн Трейд», ООО «Акелла»), не содержат спецификаций, в связи с чем не ясно, какие именно товары были реализованы. Часть счетов-фактур (например, №30039 от 08.12.2023, №28742 от 23.11.2023), распечатка сайта (5), распечатка с маркетплейсов (6), часть публикаций в сети Интернет (7), данные по рейтингам (8), отзывы (9), фотографии (10) не содержат дат или относятся к периоду после даты приоритета заявленного обозначения. Выставленный ООО «Атекс» счет в адрес ООО «ГЕЛТА» не свидетельствует о фактических поставках каких-либо товаров для данного лица. Договор №2021/19 от 01.07.20121, счет - фактуры между ООО «Соболь» (продавец) и заявителем (покупатель) не подтверждает фактическую деятельность ООО «Атекс» по реализации товаров под обозначением «VUOKATTI» в адрес третьих лиц. Спецификация к договору №ООУТ-002034 от 17.03.2023, счет-фактуры между ООО «ТРЕК» и заявителем, ООО «ГЕЛТА» и заявителем, счет-фактуры между индивидуальным предпринимателем Ананченко А.В. и заявителем также свидетельствуют только о приобретении товаров заявителем. Следовательно, упомянутые документы не могут подтверждать доводы возражения.

Что касается иной части счетов-фактур между заявителем и третьими лицами, которые касаются реализации товаров под обозначением «VUOKATTI», то они не

демонстрируют широкого, длительного и активного введения в гражданский оборот соответствующих товаров во многие регионы Российской Федерации. Данные документы касаются лишь незначительного объема продаж и в отдельные субъекты Российской Федерации, начиная лишь с 2022 года. Информационное письмо об объемах реализованной продукции (2) является внутренним документом, составленным самим заявителем и в отсутствие документов, фактически подтверждающих данные, содержащиеся в нем, не может считаться объективным, а соответствующие данные подтвержденными.

Данные о затратах на рекламу (3), а также материалы, касающиеся рекламной кампании (4), признаются незначительными в рамках доказывания приобретения заявленным обозначением дополнительной различительной способности. Кроме того, по мнению коллегии, реклама носила непродолжительный характер. Часть рекламных материалов невозможно соотнести с обозначением «VUOKATTI», часть материалов относится к периоду после исследуемой даты (23.06.2023).

Незначительными по объему признаются и часть публикаций в социальных сетях(7), рейтинги в средствах массовой информации (8), отзывы покупателей (9).

Кроме того, следует отметить, что ни в одном из представленных материалов не содержится заявленное обозначение именно в том виде как оно заявлено на государственную регистрацию в качестве товарного знака.

Следовательно, все вышепроанализированные материалы не подтверждают возникновение (и сохранение) у среднего российского потребителя ассоциаций между заявленным обозначением и товарами, производимыми заявителем.

Вместе с тем заявитель представляет данные социологического опроса, проведенного ВЦИОМ (12), который, по его мнению, свидетельствует о фантазийном характере заявленного обозначения, а также о том, что оно воспринимается как средство индивидуализации товаров заявителя. Коллегия полагает, что данный социологический опрос имеет существенные недостатки.

Способ отборки респондентов не обладает достаточной строгостью, необходимой для исключения респондентов, которые не относятся к целевой аудитории исследования. Так, согласно опросу (12), целевая аудитория – это совершеннолетние жители городов России с населением 500 тысяч человек и более, покупавшие спортивный инвентарь (коньки, велосипеды, хоккейные клюшки и т.д.) за последние 10 лет. По мнению коллегии, выборка

респондентов только из городов с населением от 500 тысяч необоснованно смещает ее в пользу населения из крупных городов, в результате чего остаются не репрезентированы лица из городов с меньшей численностью. Кроме того, в выборку попали лица, покупавшие спортивный инвентарь, тогда как релевантной группой потребителей являются лица, приобретавшие лыжи, коньки и аксессуары для них. При этом на странице 9 социологического опроса отражен вопрос «Скажите, лично Вы покупали (себе, детям или в подарок за последние 10 лет следующие товары?», при ответе «беговые лыжи или аксессуары к ним» 39% респондентов ответили «покупал», 60% респондентов ответило «не покупал», при ответе «горные лыжи или аксессуары к ним» 13% ответило «покупал», 85% ответило «не покупал». Указанные ответы демонстрируют, что большая часть респондентов не приобретала товары, которые являются релевантными настоящему исследованию, однако, данные лица не были исключены из выборки, что свидетельствует о ее нерепрезентативности. По мнению коллегии, в целевую группу необходимо было отобрать только лиц, которые приобретали товары, в отношении которых испрашивается регистрация заявленному обозначению. Однако, таких лиц в данном исследовании оказалось меньшинство, в связи с чем их ответы на вопросы не могут отображать мнение среднего релевантного потребителя. Более того, в выборку попали лица, которые приобретали товары за последние 10 лет, вместе с тем период в 10 лет является слишком отдаленным для приобретения соответствующих товаров, поскольку за столь длительный период предпочтения, поведение и потребности потребителей могли существенно измениться. Следует отметить также, что среди опрошенных лиц 99% обладают средним образованием и неоконченным высшим образованием, однако, остальные категории (получившие полное высшее образование, имеющие ученую степень и др.) не охвачены выборкой, что сужает разнообразие лиц, опрошенных в данном исследовании. Указанное свидетельствует о существенном нарушении в формировании выборки лиц, участвовавших в исследовании.

Что касается исследования, то, как отмечалось заявителем, в его задачи входило установление ассоциаций потребителя в связи с заявленным обозначением, а именно устанавливалось воспринимается ли оно как указывающее на характеристики товаров (место их происхождения, место нахождения заявителя), а также оценивалось,

воспринимается ли заявленное обозначение в качестве средства маркировки товаров заявителя.

Что касается описательности заявленного обозначения, то, как указано на странице 5 исследования, в начале опроса участникам исследования демонстрировалось слово «Вуокатти». Указанное слово отсутствует в заявленном обозначении, в котором представлено слово «VUOKATTI», в связи с чем опрос проводился в отношении иного обозначения. На странице 12 опроса приведен вопрос «Скажите, до начала опроса Вы слышали или не слышали слово «Вуокатти» (например, от знакомых, родственников, по радио, телевидению или еще где-либо)? Если слышали, то что означает это слово, по Вашему мнению?». Данный вопрос является некорректным, поскольку надлежало исследовать являлось ли данное слово известным опрошенным лицам. Указанная формулировка признается неточной для целей исследования.

Страница 18 отображает ответы на вопрос «По Вашему мнению, элемент «VUOKATTI» является фантазийным (не имеющим какого-либо определенного значения) или имеет какое-то значение, смысл? Если имеет значение, запишите, какое». Большинство опрошенных лиц затруднились с ответом на данный вопрос (42% среди тех, кто покупал любой спортивный инвентарь, 36% среди тех, кто покупал беговые / горные лыжи или аксессуары к ним). При этом часть потребителей все-таки ответила, что «VUOKATTI» является названием города, курорта, места; означает Финляндия, что-то финское.

На странице 19 приводится вопрос «Данное обозначение используется для маркировки беговых лыж и аксессуаров к ним. Как Вы считаете, данное обозначение, указывает или не указывает на какие-либо свойства, характеристики данной продукции (качество, сырье, из которых изготовлены товары, место изготовления и пр.)? Если указывает, напишите, на что именно». В данном контексте термин "указывает" недостаточно четко определен. Нужно уточнить, имеется ли в виду прямая ассоциация обозначения с характеристиками продукции (такими как качество, сырьё, место изготовления) или же допускаются косвенные ассоциации, возникающие вследствие рекламы или личного опыта потребителей. Респонденту не даётся информация о критериях, на основании которых обозначение признается указывающим или не

указывающим на характеристики товара в юридическом смысле. При этом часть респондентов все-таки дала положительный ответ на данный вопрос (7% из тех, кто приобрел спортивный инвентарь, 8% из тех, кто покупал беговые / горные лыжи и аксессуары к ним).

На странице 20 содержится вопрос «Как Вы считаете, элемент «VUOKATTI» на данном обозначении позволяет или не позволяет определить место изготовления (страна, город) беговых лыж и аксессуаров к ним, маркированных данным обозначением? Если позволяет, то запишите, где они производятся по Вашему мнению». Значительная часть респондентов (44% среди покупателей любого спортивного инвентаря, 45% среди покупателей беговых или горных лыж) полагают, что элемент «VUOKATTI» на тестируемом обозначении не позволяет определить место изготовления беговых лыж и аксессуаров к ним. Вместе с тем значительная часть ответившей аудитории все-таки отметила Финляндию в качестве места производства исследуемых товаров (21% среди приобретавших спортивный инвентарь, 23% покупавших беговые / горные лыжи и аксессуары к ним). Следовательно, результаты опроса, несмотря на неверную выборку респондентов, демонстрируют восприятие заявленного обозначения в качестве места производства товаров достаточно значительной частью респондентов.

В отношении вопросов, касающихся восприятия заявленного обозначения как средства индивидуализации товаров заявителя, было установлено следующее. На странице 14 содержится вопрос «Посмотрите, пожалуйста, на данное обозначение **«NOVASPORT-VUOKATTI»**. Скажите, оно Вам знакомо или не знакомо?». Среди тех лиц, которые покупали любой спортивный инвентарь 12% ответили «да, знакомо», 79% ответили «нет, не знакомо», 12% затруднились ответить, а среди респондентов, покупавших беговые / горные лыжи или аксессуары к ним 14% ответило «да, знакомо», 72% ответили «нет, не знакомо», 14% затруднились ответить. Указанные результаты опроса свидетельствуют об отсутствии у заявленного обозначения признаков дополнительной различительной способности, поскольку оно является неизвестным большинству опрошенных лиц и ставит под сомнение результаты ответов на иные вопросы.

Страница 15 содержит закрытый вопрос «Как Вы считаете, на каких товарах проставляется данное обозначение?» со следующими ответами: беговые лыжи и аксессуары к ним; БАДЫ, витамины, спортивное питание; кожаная обувь, сумки и аксессуары; спортивные товары; часы и ювелирные изделия; садовые инструменты, в том числе лопаты, грабли; мелкая и крупная бытовая техника; другие товары; затрудняюсь ответить. По мнению коллегии, ответ на данный вопрос является предсказуемым, поскольку ранее респондентам уже задавался вопрос о приобретении лыж, аксессуаров к ним. Более того, данный ответ также не демонстрирует приобретение заявленным обозначением дополнительной различительной способности, поскольку при ответе на вопрос о знакомстве с заявленным обозначением большинство респондентов ответило отрицательно.

Страница 16 демонстрирует ответы на вопрос «Вспомните, пожалуйста, когда Вы впервые увидели данное обозначение?». Данный вопрос и ответы на него признаются нелогичным, так как большинство опрошенных вообще ранее не видели данное обозначение.

Не свидетельствует и о приобретении заявленным обозначением дополнительной различительной способности ответы на вопрос, отраженный на странице 17 исследования («По Вашему мнению, какая компания выпускает товары, маркированные данным обозначением?»). Большинство ответивших на данный вопрос указали «затрудняюсь ответить». Часть потребителей ответили «NOVASPORT», что является предсказуемым, поскольку данный элемент представляет собой начальную часть заявленного обозначения. При этом следует отметить, что заявителем является ООО «Атекс», а не «NOVASPORT», позиционирование заявителя на рынке именно в качестве компании «NOVASPORT» не доказано.

С учетом вышеизложенного, представленный опрос (12) не опровергает выводов о несоответствии заявленного обозначения положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Что касается соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.

Регистрация заявленного обозначения, включающего элемент «VUOKATTI», указывающего на место производства товаров, место нахождение заявителя, на имя ООО «Атекс», имеющего местонахождение в городе Москве, способна ввести

потребителя в заблуждение относительно действительного места нахождения заявителя, места производства товаров 03, 04, 25, 28 классов МКТУ и, следовательно, такая регистрация будет противоречить требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Резюмируя все вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что предоставление правовой охраны заявленному обозначению противоречит требованиям пунктов 1 (3), 3 (1) статьи 1483 Кодекса, в этой связи отсутствуют основания для удовлетворения поступившего возражения и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 10.06.2025, оставить в силе решение Роспатента от 21.08.2024.