

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

коллегии 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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 03.02.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ВЕСЕННИЕ ИНВЕСТИЦИИ», Нижегородская обл., г. Нижний Новгород (далее – заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023795432, при этом установила следующее.



Обозначение «ярмарка графики в нижнем новгороде» по заявке № 2023795432, поданной 06.10.2023, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35 класса МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 11.11.2024 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям пунктов 1, 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение обосновывается тем, что входящие в состав заявленного обозначения элементы «ЯРМАРКА ГРАФИКИ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ»

являются неохраняемыми на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, не обладают различительной способностью.

Кроме того, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку сходно до степени смешения:

- с серией товарных знаков «КОНТУР», «KONTUR» (св-во № 465965 (1) приоритет от 25.12.2009; св-во № 465966 (2) приоритет от 25.12.2009; св-во № 471253 (3) приоритет от 21.06.2010; св-во № 471254 (4) приоритет от 10.06.2010; св-во № 471255 (5) приоритет от 10.06.2010; св-во № 848828 (6) приоритет от 16.08.2021; св-во № 863785 (7) приоритет от 16.08.2021; св-во № 905381 (8) приоритет от 16.08.2021; св-во № 907512 (9) приоритет от 16.08.2021; св-во № 860204 (10) приоритет от 16.08.2021; св-во № 860201 (11) приоритет от 16.08.2021), зарегистрированных на Акционерное общество «Производственная Фирма «СКБ Контур», 620144, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Народной воли, стр. 19А, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «КОНТУР» по свидетельству № 263119 (12) приоритет от 05.11.2002, зарегистрированным на Общество с ограниченной ответственностью «НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФИРМА СТЕЛЛА», 2480016, г. Калуга, ул. Карла Либкнехта, д.31, пом.8, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ.

В поступившем 03.02.2025 возражении заявитель не согласился с решением Роспатента. Доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение является несходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками (1-11) по всем признакам сходства обозначений;

- сравниваемые обозначения отличаются по фонетическому признаку сходства, так как сопоставляемые словесные элементы прочитываются по-разному, имеют разное количество и состав букв, разное количество слогов;

- противопоставленные товарные знаки (1-11) и заявленное обозначение не являются сходными по графическому фактору сходства, поскольку производят различное общее зрительное впечатление, отличаются видом и цветом шрифта, словесные элементы в обозначениях имеют разное расположение;

- смысловое сходство сравниваемых обозначений отсутствует;

- заявленные услуги 35 класса МКТУ не однородны услугам противопоставленных товарных знаков;

- заявленное обозначение обладает высокой степенью известности и узнаваемости, ассоциируется с деятельностью заявителя;

- заявитель занимается проведением ярмарок графики в Нижнем Новгороде под наименованием «КОНТУР», о чем свидетельствует большое количество статей в средствах массовой информации;

- у заявленного обозначения высокая степень узнаваемости в связи с большой популярностью среди своего круга потребителей, это подтверждается широким списком привлеченных участников ярмарки и поддержкой большого числа региональных медиа и партнеров;

- заявитель организовал вторую ярмарку графики «Контур», которая прошла с 17 по 19 мая на подземной парковке отеля Sheraton Kremlin в Нижнем Новгороде. За три дня ярмарку посетило более трех тысяч человек, увеличилось количество участников-галерей в полтора раза относительно прошлогодней ярмарки, программа стала обширнее и вышла за пределы отеля. Для гостей ярмарки проводились арт-медиа, паблик-токи от ведущих арт-деятели со всей страны, мастер-классы и выставки, а также экскурсии по арт-резиденциям, мастерским художников и нижегородскому стрит-арту;

- ярмарку поддерживали значимые федеральные и региональные медиа: The Blueprint, Art Newspaper, Blanarart, ElephantintheLouvre, «Объединение», радио «Культура», «Три сестры», ART FLASH, ArtTube, «Знакомьтесь, Нижний», тг-канал «Спасибо, Нижний!» и другие, что подтверждается материалами фотоотчета с выставки от 16.05.2024.

На основании изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента от 11.11.2024 и зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ.

К материалам дела заявителем были представлены ссылки на информационные сайты (1).

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты подачи заявки (06.10.2023) правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя 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, в частности, общепринятые наименования; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 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 сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы. При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

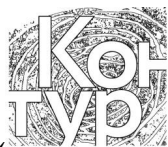
Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; 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. 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. 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 пункте 42 Правил, 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 (изготовителю).

Заявленное обозначение представляет собой комбинированное обозначение



«КОНТУР», состоящее из словесного элемента «КОНТУР», выполненного оригинальным шрифтом буквами русского алфавита, который расположен на фоне абстрактного художественного узора. Словесный элемент разбит на слоги «КОН» и «ТУР», которые расположены в две строки с небольшим смещением по горизонтали относительно друг друга. При этом буквы «Н» и «Т» в представленном слове

частично скрыты за границей данной композиции. Под перечисленными элементами в одну строку по горизонтали стандартным шрифтом буквами русского алфавита выполнено словосочетание «ЯРМАРКА ГРАФИКИ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ». Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается заявителем в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Коллегия указывает, что, несмотря на оригинальное графическое изображение словесного элемента «Контур», оно легко узнаваемо в обозначении, прочитывается и воспринимается никак иначе, чем слово «Контур». Данный элемент занимает доминирующее положение в обозначении и обращает в первую очередь на себя внимание потребителей.

Анализ заявленного комбинированного обозначения показал, что в его состав входят словесные элементы «ЯРМАРКА ГРАФИКИ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ», которые являются неохраняемыми элементами обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса на основании следующего.

Согласно общедоступным источникам информации (Толковый словарь С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, 1949-1992, Большой Энциклопедический словарь, <https://ru.wikipedia.org/>) словесный элемент «Ярмарка» означает «1. Большой торг обычно с увеселениями, развлечениями, устраиваемый регулярно, в одном месте и в одно время. 2. Периодически устраиваемый съезд торговых и промышленных организаций, коммерсантов, промышленников, кооператоров, преимущественно для оптовой продажи и закупки товаров по выставленным образцам», словесный элемент «Графики» родительный падеж от слова «графика» - вид изобразительного искусства, включающий рисунок и печатные художественные изображения (гравюра, литография, монотипия и др.), основанные на искусстве рисунка, но обладающие собственными изобразительными средствами и выразительными возможностями», словесный элемент «Нижний Новгород» - город в Российской Федерации, центр Нижегородской области, расположен при слиянии рек Ока и Волга, в 439 км к востоку от Москвы.

Учитывая вышеуказанные смысловые значения, словесные элементы «ЯРМАРКА ГРАФИКИ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ» заявленного обозначения

указывают на место оказания, вид и назначение заявленных услуг 35 класса МКТУ на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, что заявителем не оспаривается.

Относительно несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.

Противопоставленные товарные знаки (1-11) образуют серию товарных знаков одного правообладателя, содержащую комбинированные и словесные обозначения



«**КОНТУР**», «**KONTUR**», «KONTUR», « KONTUR», « КОНТУР», «**КонтурОТЕЛЬ**», «**КонтурЗакупки**», «**КонтурМаркет**», «**Контур**», «**КонтурБухгалтерия**», «**КонтурШкола**», объединённые основными индивидуализирующими словесными элементами «КОНТУР», «KONTUR», выполненными стандартным шрифтом буквами русского и латинского алфавитов. Правовая охрана товарного знака представлена, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак (12) представляет собой



комбинированное обозначение «**К О Н Т У Р**», которое состоит из словесного элемента «КОНТУР», выполненного стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Над словесным элементом расположен изобразительный элемент в виде прямоугольника, внутри которого расположен стилизованный глаз. Изобразительный элемент исполнен в черном цвете. Правовая охрана товарному знаку представлена, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Сопоставительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков показал, что словесный элемент «Контур» заявленного обозначения полностью фонетически и семантически входит в состав противопоставленных товарных знаков (1-12), содержащих словесные элементы «КОНТУР», «KONTUR», ввиду чего коллегией установлена высокая степень их сходства. В противопоставленных товарных знаках (2 -4) словесный элемент «KONTUR» является транслитерацией буквами латинского алфавита слова

«КОНТУР», означающего «(франц. contour). Очертания какого-нибудь предмета, графическое изображение линии, очерчивающей предмет. На горизонте вырисовался контур горной цепи. Контур старой башни видны были издали. Нарисовать контур головы. Начертить контур тела.» (Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940).

С точки зрения визуального признака сходства сопоставляемые словесные элементы являются сходными с противопоставленными товарными знаками (1, 5-12), поскольку выполнены буквами одного алфавита. Визуальное сравнение слов свидетельствует о тождественном графическом написании большинства букв, входящих в состав сравниваемых обозначений, в связи с чем коллегия приходит к выводу о графическом сходстве обозначений. Ввиду того, что противопоставленные товарные знаки (1, 2, 6-11) являются словесными и не содержат каких-либо графических элементов, графический критерий сходства между ними и заявленным обозначением не является определяющим.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия констатирует сходство заявленного обозначения и противопоставленных ему товарных знаков (1-12), установленное на основе высокой степени фонетического и семантического сходства сравниваемых словесных элементов сопоставляемых обозначений.

Сравнительный анализ однородности заявленных услуг 35 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки (1-12), показал следующее.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; написание рекламных текстов; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой

информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; 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; пресс-службы; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров через лидеров мнений; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; распространение образцов; реклама; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями» являются однородными услугам 35 класса МКТУ «обеспечение предпринимателей товарами, в частности обеспечение предпринимателей доступом к информационным Интернет-порталам, Интернет-сайтам, системам электронной отчетности; продвижение справочной информации, информации в области бизнеса, нормативных документов, комментариев и обзоров законодательств, схем учета финансовых операций, в том числе посредством Интернет в режиме онлайн; услуги снабженческие для третьих лиц, в том числе посредством оптовой и розничной торговли; услуги по ведению автоматизированных файлов, сайтов, веб-страниц; услуги по ведению автоматизированных файлов, сайтов, ВЭБ-страниц, в том числе носящих рекламно-информационный характер» противопоставленных товарных знаков (1-5), услугам 35 класса «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; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; предоставление деловой информации через веб-сайты; систематизация информации в компьютерных базах данных» противопоставленных товарных знаков (6-11), услугам 35 класса МКТУ «реклама» противопоставленного товарного знака (12), поскольку они относятся к услугам по продвижению товаров различными способами, в том числе посредством сети Интернет, услугам в сфере

бизнеса, услугам в области рекламы, следовательно, сравниваемые услуги соотносятся друг с другом как род-вид, имеют одинаковое назначение и круг потребителей, могут оказываться одними предприятиями и организациями.

В отношении анализа однородности услуг, для которых испрашивается предоставление правовой охраны заявленному обозначению и в отношении которых зарегистрированы противопоставленные товарные знаки, коллегия учитывала, что вероятность смешения заявленного обозначения и противопоставленных знаков определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности этих услуг. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) услуг или при низкой степени однородности услуг, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда)).

В рассматриваемом случае была установлена высокая степень фонетического и семантического сходства сравниваемых обозначений, а также высокая степень однородности сравниваемых услуг, что может привести к высокой вероятности смешения данных услуг, маркированных сравниваемыми обозначениями, в гражданском обороте.

На основании изложенного, коллегия пришла к выводу о сходстве заявленного обозначения с противопоставленными товарными знаками (1-12) в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ, следовательно, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 03.02.2025, оставить в силе решение Роспатента от 11.11.2024.