

# G-NEWS

60  
ЛЕТ  
1959

ГОРОДИССКИЙ И ПАРТНЁРЫ  
ПАТЕНТНЫЕ ПОВЕРЕННЫЕ И ЮРИСТЫ  
ИНФОРМАЦИОННЫЙ  
БЮЛЛЕТЕНЬ

#135 (3) 2019

## ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ – ЧТО МЫ ПРИОБРЕТАЕМ, КОГДА ИХ РЕГИСТРИРУЕМ?

Е.П. Солоницына  
Патентный поверенный РФ  
Старший юрист  
«Городисский и Партнёры»  
Екатеринбург

К.В. Дёмина  
к.т.н.  
Патентный поверенный РФ  
«Городисский и Партнёры»  
Екатеринбург



Как известно, товарный знак — это обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Иными словами, товарный знак — это обозначение, призванное отличать товары одних производителей от однородных им товаров других производителей, выделять товары среди аналогичных товаров.

Ту же задачу в отношении выполняемых работ или оказываемых услуг решает Знак обслуживания.

Для упрощения изложения в настоящей статье мы будем использовать только термин «товарный знак».

В самом общем виде можно сказать, что с помощью такого средства индивидуализации как товарный знак можно сделать узнаваемыми и запоминающимися для потребителя свои товары, выделить их из массы однородных товаров.

Разнообразие обозначений и их сочетаний, которые могут использоваться для индивидуализации товаров, огромно. Однако законодатель позволяет регистрировать в качестве товарных знаков только такие обозначения, которые обладают различительной способностью и соответствуют иным предъявляемым к ним требованиям, перечисленным в ст. 1483 Гражданского кодекса РФ.

Важно помнить, что свидетельство о государственной регистрации товарного знака не является каким-то разрешительным документом, дающим право на ведение бизнеса по производству товаров, указанных в этом свидетельстве, — в отличие, например, от лицензии в определенных сферах деятельности. Факт государственной регистрации товарного знака дает совершенно иные полномочия: его владельцу предоставляется исключительное право (своего рода легальная монополия) на использование такого обозначения для индивидуализации товаров. Однако указанная монополия может быть успешной и реализуемой только при условии соответствия товарного знака и другим критериям, которые продиктованы иными законодательными актами, вне зависимости от факта регистрации товарного знака. Так, суть исключительного права на товарный знак в значительной степени определяется возможностью его правообладателя запрещать или разрешать иным лицам » стр. 2

использование обозначений, тождественных зарегистрированному товарному знаку или сходных с ним до степени смешения. То, насколько эффективно может быть реализована запретительная функция товарного знака, напрямую зависит от вида обозначения, зарегистрированного в качестве товарного знака, и корректности перечня товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован. Несмотря на то, что любое обозначение, зарегистрированное в качестве товарного знака, по определению обладает различной способностью, то есть способностью отличать товар одного производителя от товаров иных производителей, эта способность может быть выражена в совершенно различной степени, быть сильной или слабой. В силу законодательных ограничений к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности: простые геометрические фигуры, линии и числа. Вместе с тем, если указанные элементы образуют композицию, дающую качественно новый уровень восприятия обозначения в целом, то они могут быть зарегистрированы в качестве товарного знака, например, (рис. 1):



1

Однако в указанном случае будет охраняться композиционно-цветовое решение в целом, а не отдельные геометрические фигуры и линии в его составе. Кроме того, к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово и не имеющие характерного графического исполнения. Но если такие обозначения оригинально графически проработаны, они могут получить правовую охрану в качестве товарного знака, — впрочем, с теми же ограничениями, какие были указаны выше.



Таким примером может служить товарный знак № 558561 (рис. 2), правообладатель кото-

рого не вправе рассчитывать на монопольное использование элемента «Ь» в стандартном шрифте или в иной графике.

Также важно помнить, что:

- различительная способность может быть приобретена обозначением, которое ранее её не имело; примером является словесное обозначение «Клинское», прямо указывающее на место производства, но ввиду интенсивного использования одним лицом в отношении пива зарегистрированное в качестве товарного знака на имя этого лица (№ 136680);

- практически любое обозначение, изначально обладавшее различительной способностью, может ее утратить в результате широкого и длительного использования такого обозначения разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров.

Приведем в пример обозначение

**«КНЯЖЕСКАЯ»**,  
заявленное на регистрацию в отношении товаров 29 класса МКТУ — колбасные изделия (заявка № 2008712638).

В государственной регистрации этого обозначения было отказано, поскольку:

- колбасные изделия «Княжеская» на дату подачи заявки (23.04.2008) производились различными лицами в различных регионах РФ. При этом заявитель не был первым, кто ввел обозначение «Княжеская» в гражданский оборот;

- обозначение «Княжеская» не может ассоциироваться в сознании потребителей только с одним изготовителем колбас при наличии на рынке аналогичной продукции с таким же названием разных производителей. В подобном случае исключительное право не может быть предоставлено одному из них. Обозначения, сами по себе не обладающие различительной способностью, могут быть включены в товарный знак в качестве неохраняемых элементов, в случае, если они не занимают в нем доминирующего положения. Такое исключение из охраны называется «дискламацией».

Суть дискламации заключается в том, что правообладатель товарного знака, содержащего неохраняемые элементы, может запретить иным лицам использовать товарный знак в целом, но не может запретить иным лицам использовать дискла-

мированные элементы отдельно, самостоятельно или в составе другой композиции.

Однако необходимо отметить, что такие элементы влияют на общее зрительное впечатление, формируемое товарным знаком и, как следствие, имеют огромное значение при разрешении вопроса о сходстве до степени смешения товарного знака с иным обозначением. Обозначения могут быть признаны сходными до степени смешения, если они ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на отдельные отличия.

Проиллюстрируем это на примере. В одном из судебных дел правообладатель комбинированного товарного знака № 174547 (рис. 3), зарегистрированного в отношении колбасных изделий, предъявил претензии своему конкуренту — производителю аналогичной продукции, использующему схожее обозначение (рис. 4).



В товарном знаке словосочетание «ЕКАТЕРИНБУРГСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» присутствовало в качестве неохраняемого элемента, поскольку оно представляет собой сведения, касающиеся изготовителя товаров (вид предприятия и его местонахождение), т.е. оно не способно индивидуализировать товары.

При разрешении данного судебного дела позиции экспертов разделились.

Так, одни специалисты полагали, что поскольку словесный элемент «ЕКАТЕРИНБУРГСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» является неохраняемым элементом товарного знака, то нужно сравнивать только изображительные части спорных обозначений, отбросив словесные элементы. При этом общее зрительное впечатление, формируемое изображительными элементами, будет сходным. Другие специалисты утверждали, что при оценке сходства необходимо

учитывать все элементы, входящие в товарный знак, поскольку они влияют на общее зрительное впечатление, формируемое товарным знаком. В рассматриваемом деле словесные элементы товарного знака и спорного обозначения оказывают большое влияние на восприятие сравниваемых объектов потребителем и не позволяют считать их сходными до степени смешения. Эта позиция была поддержана судом.

Другим примером может служить товарный знак № 624399 (рис. 5),



зарегистрированный в отношении услуг 35 класса МКТУ, в который слово «Рыбный» включено в качестве неохраняемого элемента, а цифра «1» стилизована в виде изображения рыбы (т.е. превращена в изобразительный элемент). Факт регистрации такого товарного знака не дает его правообладателю исключительного права на описательный элемент «РЫБНЫЙ» и цифру «1», в том числе в любой ее словесной интерпретации — «один», «первый». Вряд ли правообладатель указанного товарного знака сможет воспрепятствовать использованию обозначений, содержащих слова «ПЕРВЫЙ» и «РЫБНЫЙ», выполненные в иной графике, например, использованию такого обозначения (рис. 6):



поскольку общее зрительное впечатление в данном случае будет совершенно иным.

Аналогичная ситуация возникает в связи с объемом правовой охраны следующих товарных знаков, в которых описательные элементы выполнены в оригинальной графике:

■ правообладатель товарного знака № 700336 (рис. 7) (неохраняемые элементы — food express) не может запретить иным лицам использование аналогичных слов в иной графике, например, (рис. 8) и (рис. 9);

food  
express



pet food express

■ правообладатель товарного знака № 438868 (рис. 10) (неохраняемые элементы: Kompot, full natural fruit & berry) не может запрещать иным лицам использовать какие-либо обозначения со словом «компот» в отношении соответствующих товаров, например, (рис. 11).



Важно отметить, что в перечисленных выше товарных знаках неохраняемые элементы прямо указаны в качестве таковых. Вместе с тем необходимо помнить и о так называемой «молчаливой дискламации», то есть о ситуации, когда сведения о товарном знаке не содержат указаний на наличие неохраняемых элементов, однако в действительности такие элементы имеются.

Так, правообладатель товарного знака № 478061 (рис. 12)

Уральская резиденция Деда Мороза

не смог запретить третьим лицам использовать наименование «РЕЗИДЕНЦИЯ ДЕДА МОРОЗА», несмотря на то, что в товарном знаке нет указаний на исключение из правовой охраны каких-либо слов.

Суд сделал следующие выводы<sup>1</sup>:

■ обозначение «Резиденция Деда Мороза» представляет собой устойчивое словосочетание, являющееся общеизвестным понятием, которое

может использоваться участниками гражданского оборота «без ограничений по составу или территории»;

■ обозначение «Уральская резиденция Деда Мороза» является производным от обозначения «Резиденция Деда Мороза», в связи с чем нельзя говорить о неправомерности использования обозначения, которое по смыслу шире, чем обозначение, защищаемое товарным знаком № 478061;

■ при данных обстоятельствах частичное фонетическое сходство в отношении слабых элементов обозначения и некоторое графическое сходство спорного обозначения с товарным знаком ... не могут считаться определяющими.

Таким образом, суд фактически признал наличие в указанном товарном знаке неохраняемых элементов и, как следствие, отсутствие у правообладателя товарного знака права на запрет использования третьими лицами таких элементов, хоть и занимающих доминирующее положение в товарном знаке.

Неоднозначные ситуации могут складываться и в отношении сочетаний букв, которые не воспринимаются как слово, труднопроизносимы ввиду отсутствия гласных букв или наличия одной гласной буквы среди множества согласных, как, например, обозначение «УЗБГМ». Обычно такие сочетания представляют собой сокращения, аббревиатуры. Такие обозначения не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков или включены в них без дискламации, если не имеют оригинального графического исполнения. Примером оригинальной графики может служить товарный знак № 607296 (рис. 13), в котором слово «GROUP» является неохраняемым, а аббревиатура «drl» выполнена



таким образом, что образует индивидуальную, единую композицию со словом «GROUP». Однако, правообладателю указанного товарного знака будет нелегко предъявить претензии о нарушении его исключительного права лицам, использующим обозначение «DRL GROUP» либо только аббревиатуру «DRL» в стандартном шрифте или в ином графическом исполнении.



Как следует из перечисленных выше примеров, графическая проработка, действительно, во многих случаях позволяет зарегистрировать в качестве товарных знаков обозначения, изначально не обладающие различительной способностью, или добиться включения таких элементов в товарный знак без явной дискламации. Однако оригинальная графика не дает правообладателям подобных товарных знаков правовой охраны указанных элементов самих по себе. Как и в случае с обозначением «Резиденция Деда Мороза», правообладатели товарных знаков, подобных (рис. 13), по общему правилу, не могут претендовать на монопольное использование таких, изначально неохранных элементов. Следует отметить, что и в общем случае графическая проработка слов в составе товарных знаков далеко не всегда работает на благо правообладателя. Так, товарный знак должен способствовать выделению потребителями товаров одних производителей среди подобных им товаров других производителей. Однако, правообладатели некоторых товарных знаков, увлекшись их графикой, упускают важность звукового образа и смыслового значения словесных элементов товарных знаков, которые в огромной степени способствуют запоминанию и узнаванию этих средств индивидуализации товаров потребителем.



14



15



16

Например:

■ товарный знак (№ 570711) (рис. 14) может быть прочитан как «липа», «нина», «нуна», «пупа», «пипа»;

■ в товарном знаке № 670310 (рис. 15) словесный элемент невозможно прочесть однозначно; неясно, имел в виду правообладатель слово «AZOR», «AZUR» или «AZIR», и на охрану какого из этих слов он претендует;

■ как звучит словесный элемент товарного знака № 494918 (рис. 16) — ПАРТА ПЕЦ, СПАРТА ПЭЦ, СПАРТА ПЕЦ, СПАРТАСПЕЦ? При такой неоднозначности в прочтении и произнесении словесных элементов товарных знаков существуют огромные трудности в их последующей правовой защите. При любом другом исполнении, например, при использовании любых из перечисленных слов в стандартном шрифте, добиться прекращения использования их иным лицом будет практически невозможно, поскольку нарушитель станет утверждать, что зарегистрированный товарный знак произносится иначе и либо не имеет смыслового значения, либо имеет другое смысловое значение.

В качестве вывода следует отметить, что:

■ осуществляя государственную регистрацию графически стилизованного словесного обозначения, не обладающего различительной способностью, вы не приобретаете исключительное право на это словесное обозначение как таковое, оно присутствует в товарном знаке в качестве неохраняемого элемента;

■ наличие в товарном знаке (явное или неявное) неохраняемого элемента в значительной степени затрудняет в дальнейшем его правовую защиту.

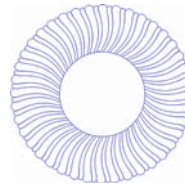
Вернемся к вопросу, о котором лишь вкратце упоминалось в начале статьи, а именно: сам по себе факт государственной регистрации товарного знака не исключает действия иных законодательных запретов и ограничений в отношении их дальнейшего использования, например, установленных законодательством о защите конкуренции или законодательством о рекламе.

Факт регистрации товарного знака не освобождает его правообладателя от ответственности за нарушение антимонопольного законодательства. Напротив, действия по государственной регистрации товарного знака сами по себе могут быть признаны актом недобросовестной конкуренции. Так, не допускается недобросо-

вестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг. Следовательно, при наличии соответствующих оснований в ситуации, когда очевидно, что правообладатель регистрирует и использует товарный знак не с целью индивидуализации своей продукции, а для целей причинения вреда иным лицам — конкурентам, в отношении правообладателей таких товарных знаков может быть принято решение о признании их действий по регистрации товарного знака актом недобросовестной конкуренции.

Приведем пример: товарный знак № 347507 (рис. 17) был зарегистрирован в отношении товаров 16 и 30 классов МКТУ (кондитерские изделия и их упаковка).

Как оказалось впоследствии, подобная регистрация товарного знака была осуществлена в целях преодоления законодательного запрета на регистрацию в качестве товарного знака обозначений, представляющих собой простую форму товаров.



17



18

Однако указанный товарный знак — не что иное как схематическое изображение широко известной упаковки для кондитерских изделий (рис. 18), и правообладатель указанного товарного знака на его основе пытался запретить иным производителям вводить в гражданский оборот и саму упаковку, и кондитерские изделия в такой упаковке. Действия правообладателя этого товарного знака были признаны актом недобросовестной конкуренции.

Как известно, товарные знаки могут быть использованы их правообладателями совершенно различными способами, в том числе и в рекламе. Однако в рекламе нельзя допускать некорректного сравнения или использования «хвалебных» слов и словосочетаний, таких как «лучший, первый, номер один, самый, только, единственный, супер,

исключительный, уникальный, главный, эксклюзивный и т.д.». Нельзя сравнивать себя с другими, если:

- нет конкретных характеристик сравнения;
- результаты сравнения невозможно проверить;
- содержатся неточные, искаженные, ложные сведения, несопоставимые факты и т.д.

Не составляют исключения и случаи, когда обозначение с такими элементами зарегистрировано в качестве товарного знака, и правообладатель использует в рекламе исключительно свой товарный знак. Приведем случай использования в рекламе товарного знака со словесным и цифровым элементами «СЕТЬ ФИТНЕС-КЛУБОВ № 1», которое привело к тому, что антимонопольный орган предъявил претензии его правообладателю по факту нарушения законодательства о рекламе.



19

Так, правообладатель товарного знака № 406142 (рис. 19) активно использовал его для продвижения своей деятельности, в частности при рекламировании услуг фитнес-клуба.

По факту распространения рекламы с использованием словосочетания «СЕТЬ ФИТНЕС-КЛУБОВ № 1» (рис. 20) антимонопольный орган возбудил дело о нарушении законодательства о рекламе. По мнению антимонопольного органа «словосочетание «World Class сеть фитнес клубов № 1» очевидно указывает, что «World Class» является лучшим фитнес-клубом на рынке, при этом какие-либо критерии такого превосходства отсутствуют ... в рекламе



20

не указаны конкретные критерии, соотносимые с этим утверждением (например, «первый фитнес-клуб в Монако»)<sup>2</sup>.

При рассмотрении данного дела в антимонопольном органе правообладатель указывал на правомерность использования им словосочетания «сеть фитнес клубов № 1», поскольку оно является частью товарного знака по свидетельству № 406142, воспроизведенного в рекламе. Использование этого словосочетания в рекламе является одним из правомочий правообладателя<sup>3</sup>.

Однако антимонопольный орган этого довода не принял и признал такое использование нарушением Федерального закона «О рекламе». Тот факт, что словосочетание является частью зарегистрированного товарного знака, не освобождает его правообладателя от обязанности подтвердить свое «превосходство», поскольку об этом заявлено при использовании такого товарного знака в рекламе.

Антимонопольным органом также была учтена позиция Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатента), согласно которой элементы «СЕТЬ ФИТНЕС-КЛУБОВ № 1» не обладают различительной способностью, носят описательный и хвalebный характер, в связи с чем они были включены в товарный знак в качестве неохраняемых элементов. По мнению Роспатента, указанные элементы не служат для индивидуализации товаров, работ, услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован. Сказанное позволяет сделать однозначный вывод, что товарный знак подлежит использованию в рекламе в строгом соответствии с положениями законодательства Российской Федерации о рекламе, а факт государственной регистрации товарного знака каких-либо исключений из законодательных ограничений не предоставляет.

В заключение можно дать следующую рекомендацию: если производитель желает, чтобы словесный товарный знак или словесный элемент товарного знака указывал на вид его деятельности, на характеристики товаров и т.д., то сле-

дует стремиться к образному, ассоциативному, а не прямому, характеру такого указания, например:

- товарный знак № 345451 (рис. 21) зарегистрирован в отношении услуг 37 класса МКТУ «строительство и ремонт деревянных сооружений, информация по вопросам строительства и ремонта, строительный надзор»;
- товарный знак № 497646 (рис. 22) зарегистрирован в отношении товаров 25 класса МКТУ «гамашки; гетры; носки; чулки».



21

Ваше  
Носочество

22

Образные наименования обладают сильной различительной способностью, хорошо выполняют функцию по индивидуализации товаров или услуг, их использование не может расцениваться как нарушение законодательства о рекламе или антимонопольного законодательства, и их защита от неправомерного использования может быть весьма эффективной.

1 — Решение Арбитражного суда Свердловской области по делу № А60-58938/2015 от 12.04.2016 г.

2 — Решение Московского УФАС России по делу № 3 5 178/77 15 от 24 марта 2016 г.

3 — Там же

# ЕЖЕКВАРТАЛЬНЫЙ ОБЗОР ПРАКТИКИ РОСПАТЕНТА И СУДЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СФЕРЕ ИС

(апрель-июнь 2019)

|                          |    |
|--------------------------|----|
| СУДЕБНАЯ ПРАКТИКА.....   | 6  |
| ПАТЕНТЫ .....            | 6  |
| ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ.....      | 7  |
| ПРАКТИКА РОСПАТЕНТА..... | 10 |
| ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ.....      | 10 |

## СУДЕБНАЯ ПРАКТИКА

### 1. ПАТЕНТЫ

**ОТСУТСТВИЕ РЕАКЦИИ ЗАКАЗЧИКА НА УВЕДОМЛЕНИЕ О СОЗДАНИИ ИСПОЛНИТЕЛЕМ ИЗОБРЕТЕНИЯ В ХОДЕ ПРОВЕДЕНИЯ ОКР НЕ ОЗНАЧАЕТ АВТОМАТИЧЕСКОГО ПЕРЕХОДА ПРАВ НА СОЗДАННОЕ ИЗОБРЕТЕНИЕ К ИСПОЛНИТЕЛЮ (Суд по интеллектуальным правам, Решение от 20 мая 2019 года по делу № СИП-31/2019)**

Минобороны России заключило с НПО «Стрела» госконтракт на выполнение опытно-конструкторской работы за счет бюджетных средств. В рамках выполнения этого госконтракта НПО «Стрела» создало охраняемый РИД — антенное устройство, подало заявку на получение патента на это устройство и в конечном итоге получило на это устройство патент РФ № 2620778, в котором в качестве правообладателя указано только НПО «Стрела».

Министерство обороны обратилось в Суд по интеллектуальным правам и потребовало признать недействительным патент Российской Федерации № 2620778 на изобретение «Антенное устройство» в части указания в качестве патентообладателя НПО «Стрела».

С точки зрения военного прокурора, права на РИДы, созданные в рамках госконтракта и профинансированные из бюджета, должны принадлежать Минобороны России.

НПО «Стрела» возразило против этого требования и заявило, что оно уведомило Минобороны о создании этого изобретения, однако в течение шести месяцев после направления этого уведомления заказчик по госконтракту не предпринимал никаких мер по оставлению за собой права на созданный РИД. Таким образом, по мнению НПО «Стрела», заказчиком не был соблюден шестимесячный срок на подачу заявки на получение патента, а, следовательно, он утратил свое право на получение патента в соответствии с пунктом 2 статьи 1373 ГК РФ и не может являться надлежащим патентообладателем.

Рассматривая этот спор, Суд отметил, что правовой режим результатов интеллектуальной деятельности определяется не только положениями статьи 1373 ГК РФ но и договором на выполнение ОКР. Согласно такому договору, все права на результаты ОКР, включая права на РИД, принадлежат Российской Федерации, от имени которой выступает Заказчик. НПО «Стрела» пыталось сослаться на то, что в случае нереализации обществом права на получение патента оно возвратилось бы к авторам (работникам), однако суд не согласился с этим доводом, отметив, что в соответствии с пунктом 4 статьи 1370 ГК РФ при отсутствии в договоре между работодателем и работником соглашения об ином (пункт 3 статьи 1370) работник должен письменно уведомить работодателя о создании в связи с выполнением своих трудовых обязанностей или конкретного задания работодателя такого результата, в отношении которого возможна правовая охрана. В то же время в материалы дела не представлено такого уве-



домления от работников общества в отношении спорного патента.

Исходя из всего вышесказанного, Суд пришел к выводу, что спорное изобретение создано при выполнении опытно-конструкторских работ за счет средств федерального бюджета, на основании государственного контракта, а НПО «Стрела» было неправомерно указано в данном патенте в качестве патентообладателя, и обязал Роспатент внести изменения в государственный реестр изобретений Российской Федерации.

## 2. ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

**Суд по ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПРАВАМ НЕ ПРИНЯЛ ВО ВНИМАНИЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО ОТВЕТЧИКА, ПОТОМУ ЧТО ОНО БЫЛО ИСКЛЮЧЕНО ИСТЦОМ (Президиум Суда по ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПРАВАМ, ПОСТАНОВЛЕНИЕ ОТ 5 АПРЕЛЯ 2019 г. по ДЕЛУ № СИП-340/2018).**

Общество «ПИНСА БИСТРО» подало возражение в Роспатент против предоставления правовой охраны нескольким товарным знакам общества «БонтемпиРест»; одним из аргументов было то, что присутствующее в знаках слово «пинцерия»/«pinzeria» является описательным для товаров, в отношении которых знаки зарегистрированы.



Один из спорных товарных знаков

Роспатент признал недействительным предоставление правовой охраны товарным знакам по свидетельствам РФ № 589910, № 593503, № 633778 и № 633779 в части товаров 30-го класса «мука и зерновые продукты, хлебобулочные изделия, пицца, тесто для пиццы» и услуг 43-го класса «услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками, услуги баров, рестораны, рестораны самообслуживания, пиццерии» МКТУ; помимо этого, из регистраций № 589910 и № 593503 дискламированы словесные элементы «ПИНЦЕРИЯ» и «PINZERIA», соответственно.

Не согласившись с этим решением Роспатента, общество «БонтемпиРест» обратилось в Суд по интеллектуальным правам с заявлением о признании недействительным решения Роспатента.

Аргументы сторон были следующими: Роспатент полагает, что слово «pinza»/«пинца» является наименованием готового изделия (блюда) из муки в виде лепешки как варианта пиццы, а сведения о данном блюде представлены не только в словарях XVIII века, но и в современном словаре 2011 года. Таким образом, обозначение «ПИНЦЕРИЯ» напрямую указывает на характеристики товара и не является фантазийным, воспринимается как характеристика спорных товаров и услуг, в связи с чем не может индивидуализировать товары/услуги конкретного производителя и может быть только неохраняемым элементом товарного знака.

«БонтемпиРест» считает слово «пинца» фантазийным, ссылаясь на то, что даты приоритета товарного знака слово «пинца» как название блюда упоминается в основном на иностранном языке и для среднего российского потребителя эта информация недоступна. В подтверждение этого «БонтемпиРест» ссылается на аналитический отчет Аверина Ю. П., согласно кото-

рому большинству опрошенных респондентов неизвестно слово «пинца» и данное слово у них вызывает ассоциации с итальянским блюдом «пицца», а также на тот факт, что существуют международные товарные знаки «PINSA» в отношении тех же товаров и услуг. Также «БонтемпиРест» указывало на то, что представленные в материалы дела распечатки из сети Интернет с сайта it.wikipedia.org не могут быть признаны достоверными доказательствами, поскольку данный ресурс является открытым, то есть любой пользователь может внести изменения в опубликованные в нем сведения. По мнению общества «БонтемпиРест», данные доказательства не подтверждают то, что спорный товарный знак не обладает различительной способностью, поскольку названные рестораны находятся на территории иностранных государств, а распечатки не содержат дату публикации информации. Также «БонтемпиРест» полагает, что Роспатент, анализируя представленные распечатки из сети Интернет (без перевода на русский язык), пришел к неправомерному выводу о том, что обозначение «PINZA» является на территории Российской Федерации общепринятым обозначением вида пиццы, в связи с чем это обозначение не обладает различительной способностью.

Суд первой инстанции встал на сторону «БонтемпиРест» и пришел к выводу, что факт известности рядовому российскому потребителю обозначения «ПИНЦЕРИЯ» не подтверждается, в связи с чем решение Роспатента от 24.05.2018 о прекращении действия регистрации по свидетельству РФ № 589910 было признано недействительным, а также суд обязал Роспатент восстановить правовую охрану товарного знака по свидетельству РФ № 589910 в прежнем объеме.

С этим решением суда не согласились уже Роспатент и общество «ПИНСА БИСТРО», и обратились в Президиум Суда по интеллектуальным правам с кассационными жалобами.

Президиум Суда по интеллектуальным правам отметил, что при рассмотрении дела в суде первой инстанции представитель общества «БонтемпиРест» исключил ссылки на аналитический отчет всероссийского социологического исследования как на неотносимое доказательство, и суд первой инстанции не стал рассматривать это доказательство, хотя оно было представлено в суд не обществом «БонтемпиРест», а Роспатентом в составе материалов административного дела. У общества «БонтемпиРест» не было полномочий по уточнению оснований требования путем исключения ссылки на аналитический отчет, так как лицом, представившим данные доказательства в суд, являлся Роспатент, и только он мог дать согласие на исключение представленных им в суд доказательств. В связи с этим, неясны мотивы, по которым суд не дал оценку этому доказательству.

Помимо этого, Президиум Суда по интеллектуальным правам обратил внимание на то, что в отношении оценки этого доказательства у лиц, участвующих в деле, имеются существенные противоречия, в частности, обществом «ПИНСА БИСТРО» заявлялось о фальсификации аналитического отчета. Указанное заявление о фальсификации доказательства не было рассмотрено судом первой инстанции по существу.

В рамках рассмотрения заявления о фальсификации в порядке статьи 161 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации лицо, представившее доказательство, может дать согласие на его исклю-

чение из материалов судебного дела, после чего дело может быть рассмотрено без этого доказательства. Исходя из вышесказанного, Президиум Суда по интеллектуальным правам направил дело на новое рассмотрение в Суд по интеллектуальным правам в качестве суда первой инстанции.

**ОДНОГО ФАКТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ  
ОБОЗНАЧЕНИЯ ДО ДАТЫ ПОДАЧИ  
ЗАЯВКИ НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК НЕДОСТА-  
ТОЧНО ДЛЯ ВЫВОДА ОБ ОТСУТСТВИИ  
У ОБОЗНАЧЕНИЯ РАЗЛИЧИТЕЛЬНОЙ  
СПОСОБНОСТИ (Суд по интел-  
лектуальным правам, РЕШЕНИЕ  
ОТ 12 АПРЕЛЯ 2019 г. по делу  
№ СИП-791/2018)**

Роспатент отказал обществу «Натали Дроэн» в регистрации товарного знака «САКРАЛЬНАЯ АРХИТЕКТУРА ТЕЛА» по заявке № 2016732397. Не согласившись с этим решением, общество сначала попыталось оспорить его в Палате по патентным спорам, а получив отказ и там, обратилось в Суд по интеллектуальным правам. Позиция Роспатента заключалась в том, что различительная способность заявленного обозначения утрачена в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров.

Обращение к общедоступной информации в сети Интернет подтверждает, что заявленное обозначение воспроизводит название методики духовного и физического самосовершенствования «САКРАЛЬНАЯ АРХИТЕКТУРА ТЕЛА», создателем которого является Натали Дроэн. Вместе с тем, в сети Интернет в открытом доступе имеются сведения об использовании спорного обозначения на территории Российской Федерации другими лицами в отношении указанной методики, в подтверждение чего Роспатент привел несколько ссылок на источники в сети Интернет, использующие это обозначение, из которых усматривается, что Натали Дроэн проводила занятия по методике среди широкого круга лиц, имела учениц и последователей, которые продолжили популяризацию методики «САКРАЛЬНАЯ АРХИТЕКТУРА ТЕЛА» как за рубежом, так и в России.

Общество же указывает на то, что указанные Роспатентом источники в сети Интернет либо администрируются из других стран, что не подтверждает использование обозначения на территории Российской Федерации, либо невозможно установить лиц, использующих обозначение, либо невозможно установить дату размещения сведений на указанных сайтах.

Рассмотрев доводы сторон, суд пришел к выводу, что все источники, представленные Роспатентом, кроме одного, являются неотносимыми к настоящему спору. Одного факта использования обозначения различными лицами до даты подачи заявки на товарный знак недостаточно для установления ассоциативных связей, которые возникли или могли возникнуть у потребителей в связи с этим обозначением, и, соответственно, для вывода об отсутствии у обозначения различительной способности. Помимо этого, сама по себе длительность использования конкретного обозначения до даты подачи заявки на товарный знак разными лицами также не свидетельствует об отсутствии у этого обозначения различительной способности. Доказательств широкого и длительного использования обозначения другими лицами для тех же или однородных товаров

и услуг (методики) до даты подачи заявки в материалах дела не содержится.

Исходя из этого, суд обязал Роспатент повторно рассмотреть возражения общества «Натали Дроэн» на отказ в предоставлении правовой охраны спорному обозначению.

**ПРИНИМАЯ РЕШЕНИЕ ОБ ОТСУТСТВИИ  
РАЗЛИЧИТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ  
У ОДНОГО ТОВАРНОГО ЗНАКА, СУД  
КОСВЕННО ПОДСТАВИЛ ПОД СОМНЕ-  
НИЕ РАЗЛИЧИТЕЛЬНУЮ СПОСОБНОСТЬ  
ДРУГОГО ЗНАКА (Президиум Суда  
по интеллектуальным правам,  
Постановление от 18 апреля  
2019 г. по делу № СИП-619/2018)**

Роспатент отказал обществу «Невская Косметика» в регистрации объемного обозначения в качестве товарного знака по заявке № 2016714726.



Обозначение по заявке на ТЗ № 2016714726

Принимая такое решение, Роспатент посчитал, что у рассматриваемого обозначения отсутствует различительная способность, так как сочетание желтого цвета с белыми крапинками упаковки, а также надписями информационного характера при отсутствии какого-либо дизайна в силу своей тривиальности, отсутствия оригинальности воспринимается не как средство индивидуализации товаров определенного производителя, а скорее, как обычная упаковка с фоном, на которой, не заостряется внимание потребителя при восприятии знака. Таким образом, отсутствуют признаки, необходимые и достаточные для запоминания его потребителями. Не согласившись с этим решением Роспатента, общество обратилось в Суд по интеллектуальным правам, но суд первой инстанции отказал в удовлетворении требований, указав, что в заявленном обозначении доминирующее положение занимают неохранные элементы, в частности форма упаковки, которая обусловлена исключительно ее функциональным назначением.

По кассационной жалобе общества дело было передано в Президиум Суда по интеллектуальным правам, который пришел к следующим выводам.

Суд первой инстанции, делая вывод о доминирующем положении в спорном обозначении неохранных элементов (формы упаковки), указал, что сочетание желтого цвета с белыми крапинками упаковки воспринимается не как средство индивидуализации товаров определенного производителя, а как обычная упаковка с фоном, при этом суд исходил из того, что простое цветовое сочетание (расположение крапинок и цветовое сочетание) не является достаточным отличительным признаком, который позволяет рассматривать заявленное обозначение как обладающее различительной способностью. Однако суд не придал должного значения наличию у общества исключительного права на товарный знак по свидетельству Российской Федерации № 638010.

Этому товарному знаку предоставлена правовая охрана, в том числе в отношении тех товаров, для которых испрашивается правовая охрана спорному обозначению (3-го и 5-го классов МКТУ). Товарный



знак действует. Суд первой инстанции же своим решением фактически опорочил предоставление правовой охраны товарному знаку №638010, признав отсутствие у него в свою очередь различительной способности.



Товарный знак № 638010

нужно оценить восприятие потребителями формы товара, в том числе то, обращает ли внимание потребитель на форму товара, если она сама по себе является традиционной

Суд первой инстанции сделал вывод об отсутствии у спорного обозначения различительной способности без учета приведенных обстоятельств, ограничившись указанием на то, что доминирующее положение в нем занимают неохранные элементы

Исходя из этого, президиум Суда по интеллектуальным правам пришел к выводу о том, что обжалуемое решение суда первой инстанции необходимо отменить, а дело направить на новое рассмотрение в Суд по интеллектуальным правам в качестве суда первой инстанции.

### **СУД ОТКАЗАЛ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ К АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПРОДАЖУ КОНТРАФАКТА В СВЯЗИ С МАЛОЗНАЧИТЕЛЬНОСТЬЮ СОВЕРШЕННОГО АДМИНИСТРАТИВНОГО ПРАВОНАРУШЕНИЯ (ПОСТАНОВЛЕНИЕ СУДА ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПРАВАМ ОТ 17 МАЯ 2019 Г. ПО ДЕЛУ № А56–107601/2018)**

Управление Министерства внутренних дел Российской Федерации по Северо-Западному федеральному округу совершало проверку на Балтийском вокзале Санкт-Петербурга, в ходе которой было обнаружено, что индивидуальный предприниматель предлагал к продаже духи с обозначением «BURBERRY» в количестве 3 штук стоимостью 1 000 рублей. Это обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками по международным регистрациям № 733385 и 732879, исключительные права на которые принадлежат иностранному лицу Burberry Limited, и разрешения на использование этих товарных знаков у индивидуального предпринимателя не было.

На основании этого Управление на транспорте Министерства внутренних дел Российской Федерации по Северо-Западному федеральному округу изъяло духи и обратилось в Арбитражный суд города Санкт-Петербурга и Ленинградской области с заявлением о привлечении индивидуального предпринимателя Зарифи Османа Тораши к административной ответственности, по части 2 статьи 14.10 КоАП РФ.

Суд первой инстанции, отказывая в удовлетворении заявленных требований, посчитал, что действия предпринимателя, хотя формально и содержат признаки состава вменяемого ему административного правонарушения, однако само нарушение не содержит какой-либо опасной угрозы охраняемым общественным отношениям, ввиду того, что они не причинили существенного вреда интересам граждан, общества и государства,

При этом президиум Суда по интеллектуальным правам отмечает, что в объемных товарных знаках форма товара не всегда является доминирующим элементом. При анализе объемного обозначения

следовательно, суд пришел к выводу, что совершенное предпринимателем правонарушение является малозначительным, в связи с чем в рассматриваемой ситуации возможно применение к спорным правоотношениям положений статьи 2.9 КоАП РФ, таким образом, освободив предпринимателя от административной ответственности с объявлением устного замечания. В свою очередь, изъятый у предпринимателя товар суд признал контрафактным и подлежащим уничтожению. Суд апелляционной инстанции, а также Суд по интеллектуальным правам указанные выводы поддержали, оставив решение суда первой инстанции в силе.

### **СОГЛАСИЕ СОБСТВЕННИКА НА РЕГИСТРАЦИЮ ТОВАРНОГО ЗНАКА НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ОСНОВАНИЕМ ДЛЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ МИРОВОГО СОГЛАШЕНИЯ С РОСПАТЕНТОМ (СУД ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПРАВАМ, РЕШЕНИЕ ОТ 5 АПРЕЛЯ 2019 ГОДА ПО ДЕЛУ № СИП-677/2018)**

Общество «Истоки Байкала» попыталось зарегистрировать в качестве товарного знака по заявке № 2016727719 обозначение «Истоки Байкала», но Роспатент отказал в регистрации, указав, что запрещено регистрировать в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с объектами природного наследия, которым является озеро Байкал, если нет согласия собственников или лиц, уполномоченных собственниками.



Обозначение по заявке на ТЗ № 2016727719

Общество обратилось в Суд по интеллектуальным правам с заявлением о признании недействительным этого решения Роспатента. В суде общество представило письма-согласия от ФГБУ «Заповедное Подлеморье» и ФГБУ «Байкальский государственный заповедник», посчитав, что эти письма являются основанием для заключения мирового соглашения. На это суд резонно возразил, что мировые соглашения заключаются между сторонами спора, которыми в данном случае являются Общество и Роспатент, и наличие писем-согласий от ФГБУ «Заповедное Подлеморье» и ФГБУ «Байкальский государственный заповедник» никак не означает урегулирования спора с Роспатентом, так как эти учреждения не являются стороной спора. Вместе с тем, суд пришел к выводу, что эти письма-согласия являются достаточным и самостоятельным основанием для отмены решения Роспатента и обязанности его рассмотреть повторно возражение обязания, послужившее основанием принятия этим органом оспоренного в суде решения.

### **РОСПАТЕНТ НЕ МОЖЕТ БЕЗ ВОЛЕИЗЪЯВЛЕНИЯ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ ПРИЗНАТЬ ОХРАНЯЕМЫМ ЭЛЕМЕНТ, УКАЗАННЫЙ В СВИДЕТЕЛЬСТВЕ НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК В КАЧЕСТВЕ НЕОХРАНЯЕМОГО, И НАОБОРОТ (ПРЕЗИДИУМ СУДА ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПРАВАМ, ПОСТАНОВЛЕНИЕ ОТ 3 ИЮНЯ 2019 Г. ПО ДЕЛУ № СИП-735/2018)**

Роспатент принял решение о признании недействительным товарного знака «Из Тураково» по свидетельству РФ № 643269, зарегистрированного на имя птицефабрики «Тураково». Основанием для такого решения стало возражение, поданное другим лицом — предприятием «Черкесское», которое владеет товарными знаками «ТУРАКОВСКИЕ» по свидетельствам № 208976 и № 612787, которые имеют более ранние даты приоритета и являются сходными до степени смешения с рассматриваемым товарным знаком. Необходимо отметить, что в оспариваемом товарном знаке словесный элемент «ИЗ ТУРАКОВО» был заявлен в качестве неохраняемого; в своем возражении предприятие «Черкесское» указало, что спорный товарный знак не мог быть зарегистрирован с включением такого элемента в качестве неохраняемого, поскольку он занимает в товарном знаке доминирующее положение.



Товарный знак № 643269

Помимо признания недействительным товарного знака «Из Тураково», в своем решении Роспатент признал словесный элемент «ИЗ ТУРАКОВО» охраняемым.

## ТУРАКОВСКИЕ Тураковские

Товарный знак № 208976

Товарный знак № 612787

Не согласившись с этим решением, птицефабрика «Тураково» обратилась в Суд по интеллектуальным правам.

Рассмотрев материалы дела, суд указал, что деревня Тураково, в которой находится правообладатель спорного товарного знака, является малоизвестным населенным пунктом, в связи с чем счел, что обозначение «ИЗ ТУРАКОВО» будет восприниматься потребителем как фантазийное, поэтому словесный элемент «ИЗ ТУРАКОВО» не является неохраняемым. Помимо этого, словесный элемент «ИЗ ТУРАКОВО» является доминирующим в спорном товарном знаке, а изобразительный элемент, имитирующий деревенское подворье, служит лишь его фоном и декоративным оформлением. По мнению суда, Роспатент был вправе отказать во включении спорного словесного элемента в товарный знак в качестве неохраняемого, так как при рассмотрении возражения административный орган устанавливает охраноспособность обозначения в целом и входящих в него элементов в отношении товаров и услуг.

На основании этих обстоятельств суд первой инстанции признал решение Роспатента обоснованным и отказал в удовлетворении требований птицефабрики. Птицефабрика же подала кассационную жалобу на это решение суда.

Рассмотрев кассационную жалобу, президиум Суда по интеллектуальным правам указал, что товарный знак по свидетельству РФ № 643269 зарегистрирован в Государственном реестре именно с указанием словесного элемента «ИЗ ТУРАКОВО» как неохраняемого, поэтому выводы суда первой инстанции о том, что этот словесный элемент включен в товарный знак в качестве охраняемого элемента, не соответствует фактическим обстоятельствам дела.

При этом все последующие выводы суда первой инстанции о фантазийности словесного элемента

«ИЗ ТУРАКОВО» и о его доминирующем положении, а также выводы, сделанные по результатам сравнения спорного и противопоставленных товарных знаков, также основаны на том, что этот элемент является охраняемым.

При таких обстоятельствах президиум Суда по интеллектуальным правам полагает, что судом первой инстанции неправильно осуществлено сравнение спорного и противопоставленных товарных знаков, поскольку сравнение должно было проводиться с учетом того, что словесный элемент «ИЗ ТУРАКОВО» указан в регистрации спорного товарного знака в качестве дискламированного элемента.

Президиум Суда по интеллектуальным правам отдельно указал на то, что Роспатент не вправе изменять объем правовой охраны спорного товарного знака в части самого зарегистрированного обозначения без воли правообладателя, и что изменение объема правовой охраны может быть осуществлено только по воле правообладателя, обратившегося с заявлением о внесении изменений в зарегистрированный товарный знак. Таким образом, вывод суда первой инстанции о том, что Роспатент на стадии рассмотрения возражения устанавливает охраноспособность обозначения в целом и входящих в него элементов независимо от того, в каком качестве входящие в товарный знак элементы были зарегистрированы (то есть, по сути, имеет право по собственной воле признать указанный охраняемым в регистрации товарного знака элемент неохраняемым, и наоборот) не соответствует применимым нормам материального права.

Исходя из вышеизложенного, президиум Суда по интеллектуальным правам пришел к выводу о наличии оснований для удовлетворения кассационной жалобы и отмене решения суда первой инстанции.

# ПРАКТИКА РОСПАТЕНТА

## 1. ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

**ТОВАРНЫЙ ЗНАК МОЖЕТ БЫТЬ АННУЛИРОВАН, ЕСЛИ ДО ДАТЫ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ ОН БЫЛ ИЗВЕСТЕН В КАЧЕСТВЕ НАЗВАНИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ (РЕШЕНИЕ РОСПАТЕНТА (ППС) ОТ 10 АПРЕЛЯ 2019 Г.)**

Оспариваемый товарный знак № 663512 с приоритетом от 23.03.2017 был зарегистрирован на имя Ассоциации эксплуатантов и разработчиков беспилотных авиационных систем «АЭРОНЕТ». АО «Российская венчурная компания» подало возражение против предоставления правовой охраны этому знаку.

**АЭРОНЕТ  
AERONET**

Товарный знак № 663512

Исходя из материалов возражения, в соответствии с поручением Президента России В. В. Путина в 2015 году началась разработка государственной программы мер по под-

держке развития в России перспективных отраслей экономики, которая получила название Национальная технологическая инициатива (НТИ). В ней упоминается термин «AERONET» как официальное название глобального формирующегося сетевого рынка

информационных, логистических и иных услуг, предоставляемых флотом беспилотных аппаратов, постоянно находящихся в воздухе или на низких космических орбитах. Ответственным за этот проект стало Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.

Далее «Аэронет» упоминается в материалах рабочей группы НТИ, а также многочисленных публикациях, как в традиционных СМИ, так и в Интернете, задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака. Таким образом, еще до даты приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству № 663512 обозначение «АЭРОНЕТ AERONET» было известно в качестве названия правительственной программы по развитию рынка беспилотных летательных аппаратов. При этом следует констатировать, что приведенные в перечне оспариваемого товарного знака товары и услуги 12, 35, 41, 42 классов МКТУ, связаны с формирующимся рынком «АЭРОНЕТ».

В соответствии с пунктом 4 Постановления Правительства РФ от 18 апреля 2016 г. № 317 «О реализации НТИ» именно АО «Российская венчурная компания» от имени государства было наделено полномочиями по обеспечению реализации программы «АЭРОНЕТ» на территории Российской Федерации. В то же время, ассоциация «АЭРОНЕТ» хоть и принимала участие в рабочих группах по реализации планов мероприятий НТИ, однако не была наделена от имени государства полномочиями по регистрации на свое имя оспариваемого товарного знака и его дальнейшего коммерческого использования.

В этой связи коллегия пришла к выводу, что предоставление сторонней организации монопольного права на использование в качестве товарного знака названия государственной программы «АЭРОНЕТ» способна ввести потребителя в заблуждение относительно производителя или лица, оказывающего услуги, а также противоречит общественным интересам. Исходя из этого, коллегия приняла решение удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 663512 недействительным полностью.

**ЕСЛИ СРАВНИВАЕМЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ СХОДНЫ НА ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД, РАЗЛИЧИЯ В ДЕТАЛЯХ НЕ ИГРАЮТ ОПРЕДЕЛЯЮЩЕЙ РОЛИ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ИХ СХОЖЕСТИ (РЕШЕНИЕ РОСПАТЕНТА (ППС) ОТ 15.04.2019)**

Роспатент отказал в регистрации в качестве товарного знака обозначения по заявке № 2017702038, так как это обозначение сходно до степени смешения с уже зарегистрированным в отношении аналогичных товаров знаком по свидетельству № 435342

Палата по патентным спорам, рассмотрев возражение заявителя против такого решения экспертизы, пришла к следующим выводам.

При определении сходства изобразительных обозначений наиболее важным является первое впечатление, получаемое при сравнении обозначений: если первым впечатлением от сравниваемых обозначений является сходство, а последующий анализ выявит отличие обозначений за счет расхождения отдельных элементов, то при оценке сходства обозначений следует руководствоваться первым впечатлением. Различие в деталях не должно играть определяющей роли, так как следует

учитывать, что потребитель, как правило, руководствуется общими впечатлениями, часто нечеткими, о знаке, виденном ранее.



Обозначение по заявке на ТЗ № 2017702038



Товарный знак № 435342

Коллегия отмечает, что в противопоставленном товарном знаке по свидетельству № 435342 изображение силуэта коровы является крупным, в составе композиции занимает центральное положение, расположено в контрастном полукруге. При таких обстоятельствах изображение силуэта коровы фиксирует на себе внимание потребителей и потому является важным элементом знака. Таким образом, в данном случае следует констатировать тождество внешней формы сравниваемых силуэтов, а именно: совпадают направление рисунка (голова справа, хвост слева), характер изображения рогов, хвоста, ушей, туловища, ног, то есть всех частей представленных силуэтов.

Смысловое значение сравниваемых изображений также следует признать сходным, поскольку в обоих случаях представлено изображение силуэта коровы, несущее соответствующее смысловое значение. Наличия словесных элементов в сравниваемых обозначениях недостаточно для формирования качественно различного впечатления, способного оказать влияние на различное запоминание изображений потребителями.

Исходя из этого, коллегия Палаты по патентным спорам поддержала решение Роспатента.

**ИЗОБРАЖЕНИЕ ПИСТОЛЕТА-ПУЛЕМЕТА ШПАГИНА ППШ-41 НЕ СПОСОБНО ПОРОЖДАТЬ В СОЗНАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ ОПРЕДЕЛЕННОМ ЛИЦЕ, ПРОИЗВОДЯЩЕМ ТОВАРЫ (РЕШЕНИЕ РОСПАТЕНТА (ППС) ОТ 15.04.2019)**

Общество «Диалма» подало заявку № 2017719051 на регистрацию в качестве товарного знака обозначения, представляющего собой реалистическое изображение пистолета-пулемета Шпагина ППШ-41 и слов «Оружие победы». Роспатент отказал в регистрации, в частности, потому, что заявителем не представлено письменное согласие наследников Шпагина на использование в качестве товарного знака изображения ППШ-41. Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано, поскольку, с точки зрения Роспатента, способно ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров или лица, оказывающего услуги.



Обозначение по заявке на ТЗ № 2017719051

Подав возражение в Палату по патентным спорам, заявитель отметил, что он осуществляет свою деятельность совместно с Фондом содействия сохранению и популяризации

научно-технического наследия Г. С. Шпагина, является одним из его учредителей. Вторым учредителем Фонда,



а также единственным учредителем заявителя является Шпагина Н. Б. — внучка известного конструктора Шпагина Г. С.

Коллегия палаты по патентным спорам согласилась с этим доводом и отметила, что в оспариваемом решении нет какой-либо информации, свидетельствующей о том, что изображение пистолета-пулемета Шпагина ППШ-41 способно порождать в сознании потребителей представление об определенном лице, производящем товары заявленных классов МКТУ, или определенном лице, оказывающем услуги заявленного класса МКТУ.

Таким образом заявленное обозначение не порождает не соответствующих действительности представлений об источнике происхождения заявленных товаров и услуг, которые не соответствуют действительности. При рассмотрении возражения коллегией было также принято во внимание наличие у заявителя исключительного права на схожий товарный знак по свидетельству № 706116.

При имеющихся обстоятельствах коллегия не усмотрела каких-либо оснований для признания заявленного обозначения не соответствующим требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 ГК РФ. Таким образом, товарный знак по заявке № 2017719051 может быть зарегистрирован в качестве товарного знака на имя заявителя.

### ЗАЯВИТЕЛЬ СУМЕЛ ИЗБЕЖАТЬ ДВУСМЫСЛЕННОСТИ ЗАЯВЛЕННОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ, ПОСТАВИВ УДАРЕНИЕ (РЕШЕНИЕ РОСПАТЕНТА (ППС) ОТ 16.04.2019)

Роспатент отказался регистрировать в качестве товарного знака обозначения «СУЧКИ» по заявке № 2017737847, сославшись на то, что одним из его значений является множественное число слова «сучка» — развратная, гулящая женщина, и поэтому это обозначение не может быть зарегистрировано, так как оно противоречит общественным интересам. Заявитель подал возражение в Палату по патентным спорам, аргументируя свою позицию тем, что в заявленном обозначении ударения не поставлено, и поэтому его нельзя однозначно воспринимать в том смысле, в котором его воспринял Роспатент.

# СУЧКІ́

Обозначение по заявке на ТЗ № 2017737847

Тем не менее, в ходе рассмотрения возражения заявитель внес изменения в материалы заявки, представив заявленное обозначение в следующем виде: Проанализировав обозначение с внесенными изменениями, коллегия Палаты по патентным спорам пришла к выводу, что присутствующее в обозначении ударение позволяет однозначно воспринимать лексическую единицу русского языка в качестве смыслового значения, относящегося к частям ветви, заключённым в древесине ствола. В связи этим, у коллегии нет оснований считать, что фантазийное обозначение может быть признано противоречащим общественным интересам, поскольку не несет в себе какого-либо непристойного, неприличного, нецензурного, антигуманного, оскорбительного характера, а также не противоречит нормам публичного порядка, и может быть зарегистрировано в качестве товарного знака.

### ВИЗУАЛЬНЫЙ КРИТЕРИЙ СХОЖЕСТИ ОБОЗНАЧЕНИЙ НЕ ВСЕГДА ПРИЗНАЕТСЯ ОПРЕДЕЛЯЮЩИМ, ИНОГДА ПРЕВАЛИРУЮТ ФАКТОРЫ ФОНЕТИЧЕСКОГО И СМЫСЛОВОГО СХОДСТВА (РЕШЕНИЕ РОСПАТЕНТА (ППС) ОТ 29.04.2019)

ПАО «Красный Октябрь» подало возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку «КОРОВКА ИЗ ВКУСНЯЕВО» по свидетельству № 668538, выданному на имя ОАО «Челны Холод».



Товарный знак № 668538

Возражение основано на том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству № 668538 сходен до степени смешения с товарными знаками «Красного Октября» по свидетельствам №№ 152452, 199900, 360768, 387797, 476747, 486279, 511541 и 511542, имеющими более ранние даты приоритетов и зарегистрированными в отношении однородных товаров.



Товарный знак № 152452

# КОРОВКА КОРОВКА

Товарный знак № 199900

# КОРОВКА

Товарный знак № 360768



Товарный знак № 387797



Товарный знак № 476747



Товарный знак № 486279



Товарный знак № 511541



Товарный знак № 511542

Изучив материалы дела, коллегия Палаты по патентным спорам решила, что наличие в рассматриваемых товарных знаках фонетически и семантически тождественного словесного элемента «КОРОВКА» приводит к ассоциированию их друг с другом в целом. Фонетическое сходство словесного элемента «КОРОВКА ИЗ ВКУСНЯЕВО» оспариваемого товарного знака и товарных знаков «КОРОВКА» обусловлено, в частности, вхождением одного обозначения в другое. Смысловое значение оспариваемого товарного знака определяется, прежде всего, существительным «КОРОВКА», на которое падает логическое ударение в словосочетании «КОРОВКА ИЗ ВКУСНЯЕВО», что свидетельствует о наличии смыслового сходства с противопоставленной серией товарных знаков,

объединенных элементом «КОРОВКА». Предлог «ИЗ» и словесный элемент «ВКУСНЯЕВО» характеризуют слово «КОРОВКА» и не меняют каким-либо существенным образом смысловое значение рассматриваемого словосочетания.

С точки зрения визуального признака сходства имеют место некоторые графические различия в выполнении сравниваемых товарных знаков за счет дополнительных элементов, имеющих в товарных знаках. Однако следует отметить, что оспариваемый товарный знак содержит стилизованное изображение головы коровы с цветком ромашки в зубах, вызывающее сходные ассоциации с изображениями коровы в товарных знаках «Красного Октября», что усиливает сходство сравниваемых знаков.

Вместе с тем, роль визуального критерия не может быть признана определяющей, поскольку в данном случае решающее значение имеют факторы фонетического и смыслового сходства, которые и обеспечивают ассоциирование сравниваемых обозначений друг с другом. Таким образом, оспариваемый товарный знак и товарные знаки являются сходными между собой в целом, несмотря на некоторые отличия.

Исходя из этого, коллегия признала предоставление правовой охраны товарному знаку «КОРОВКА ИЗ ВКУСНЯЕВО» недействительным в отношении ряда товаров, таких, как мороженое, карамели, сорбет и замороженный йогурт.

### **РОСПАТЕНТ ПОДТВЕРДИЛ, ЧТО ВКЛЮЧАЮЩЕЕ ФАМИЛИЮ ОБОЗНАЧЕНИЕ ЯВЛЯЕТСЯ ОБЩЕСТВЕННО ЗНАЧИМЫМ, ПРИ ТОМ, ЧТО ЭТА ФАМИЛИЯ НЕ ПРИНАДЛЕЖИТ РЕАЛЬНОМУ ЛИЦУ (РЕШЕНИЕ РОСПАТЕНТА (ППС) 27 МАЯ 2019 Г.)**

Роспатент рассмотрел возражение от ООО «Интеллект и Право» на решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2017731294 «ПСЕВДОНИМ ПЛАТОВ» и поддержал его.

Отказывая заявителю в регистрации, Роспатент отметил, что это обозначение противоречит общественным интересам. Дело в том, что во время посещения образовательного центра «Сириус» в г. Сочи, Президент России В. В. Путин, отвечая на вопросы его воспитанников, рассказал о том, что он во время учебы в разведшколе пользовался псевдонимом Платов.

При этом обстоятельства, относящиеся к биографии всенародно избранного в Российской Федерации главы государства, имеют важное значение не только для его личной репутации, но и для формирования общественного мнения и влияния на политическую сферу в возглавляемом им государстве, то есть относятся также и к общественным интересам.

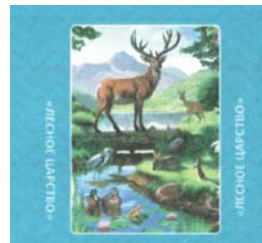
Отсюда следует, что вышеуказанный псевдоним, неразрывно связанный с главой государства, Президентом России В. В. Путиным, и доведенный до всеобщего сведения в период ранее даты подачи рассматриваемой заявки, приобрел статус общественно значимого наименования, использование которого должно осуществляться в Российской Федерации при повышенном контроле со стороны общества.

Поэтому такое обозначение не может быть средством индивидуализации товаров и услуг частного лица для его использования в коммерческой деятельности, то есть для извлечения прибыли. Это предполагало бы наделение такого лица необоснованными преимуще-

ствами перед другими участниками рынка, а также использование в частных коммерческих целях репутации главы государства и возглавляемой им Российской Федерации без выраженного на то их согласия, что могло бы нанести ущерб их репутации и, как следствие, породить в обществе недовольство этим обстоятельством; очевидно, что это противоречит общественным интересам, связанным как с принципами равенства всех участников рынка, так и с уважением гражданами Российской Федерации к главе своего государства. Эти обстоятельства приводят к выводу, что заявленное обозначение «ПСЕВДОНИМ ПЛАТОВ» противоречит общественным интересам и не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака.

### **ОБОЗНАЧЕНИЯ «ЛЕСНОЕ ЦАРСТВО» С ОЛЕНЕМ И «МИШКА КОСОЛАПЫЙ» С МЕДВЕДЯМИ НЕ СХОДНЫ МЕЖДУ СОБОЙ (РЕШЕНИЕ РОСПАТЕНТА (ППС) ОТ 4 ИЮНЯ 2019 Г.)**

Общество «Лаконд и Ко» подало в Палату по патентным спорам возражение на решение Роспатента об отказе в регистрации в качестве товарного знака обозначения «ЛЕСНОЕ ЦАРСТВО» по заявке № 2018711209.



Обозначение по заявке на ТЗ № 2018711209

Заявленное обозначение представляет собой комбинацию из словосочетания «ЛЕСНОЕ ЦАРСТВО» и стилизованных изображений зверей — оленя, косули, зайца, ежика, уток, цапли, лягушки и сурка, расположенных на фоне гор, реки и леса.

По результатам экспертизы этого обозначения Роспатент пришел к выводу, что оно сходно до степени смешения с рядом товарных знаков, зарегистрированных ранее для аналогичных товаров.

Противопоставленные знаки представляют собой этикетки конфет, состоящие из словесного обозначения «МИШКА КОСОЛАПЫЙ/МІСНКА КОССОЛАПУ» и стилизованного изображения медведей в лесу, расположенного на фоне ромба или прямоугольника.

Коллегия палаты по патентным спорам, проведя сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных знаков, пришла к выводу о том, что они не сходны до степени смешения, так как не ассоциируются друг с другом в целом по следующим причинам.

Сравниваемые комбинированные обозначения содержат разные словесные элементы «ЛЕСНОЕ ЦАРСТВО» и «МИШКА КОСОЛАПЫЙ/МІСНКА КОССОЛАПУ», а также «Красный Октябрь», следовательно, отличаются по фонетическому и семантическому признаку. Основные изобразительные элементы сравниваемых обозначений также имеет существенные отличия, так как на них изображены разные животные — в одном случае это олень с ветвистыми рогами, цапля, косуля, заяц, еж и утки на фоне водоемов, в другом — изображения медведицы и трех медвежат на фоне поваленного дерева.

Что касается сходного композиционного построения заявленного обозначения и товарного знака, а также сходного цвета фона, на котором расположены словесные и изобразительные элементы, то указанные факторы относятся к второстепенным признакам сходства



и не оказывают существенного влияния на сходство обозначений в целом.



Товарные знаки «МИШКА КОСОЛАПЫЙ»

Исходя из этого, сравниваемые обозначения признаны коллегией не сходными между собой, следовательно, отсутствует принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности заявленных товаров одному изготовителю в случае их маркировки сопоставляемыми обозначениями, и нет оснований для отказа в регистрации обозначения «ЛЕСНОЕ ЦАРСТВО» в качестве товарного знака.

### ОБОЗНАЧЕНИЯ ««MINI MAXI» И «MINI M MAX» НЕ СХОДНЫ ИЗ-ЗА РАЗЛИЧИЯ В ФОРМИРУЕМЫХ ОБРАЗАХ (РЕШЕНИЕ РОСПАТЕНТА (ППС) ОТ 14 МАЯ 2019 Г.)

Роспатент отказал в регистрации товарного знака по заявке № 2017703856 «MINI MAXI С любовью к детям» из-за его схожести с ранее зарегистрированным знаком «Модный MINI M Max» по свидетельству № 411234. Заявитель подал возражение против этого решения в Палату по патентным спорам.

**Mini Maxi**  
С любовью к детям

Обозначение по заявке на ТЗ № 2017703856

*Модный*  
**MINI M MAX**

Товарный знак № 411234

Рассматривая этот спор, коллегия отметила, что в заявленном обозначении наиболее сильным, оригинальным элементом, обеспечивающим смысловую нагрузку обозначения в целом, является элемент «С любовью к детям», в то же время восприятие противопоставленного товарного знака начинается с неохраняемого элемента «Модный», который в совокупности со слабыми элементами «Mini m Max», способствуют формированию иной композиции, отличающейся по своему композиционному построению и семантической окраске от заявленного обозначения.

Несмотря на близость звучания и одинаковое смысловое значение элементов «MINI», «MAXI» / «Mini m Max», сравниваемые обозначения имеют фонетические различия, обусловленные наличием в них элементов «Модный» / «С любовью к детям».

Смысловая нагрузка, заложенная в сравниваемые обозначения, различается, поскольку заявленное обозначение содержит в себе образ привязанности,

любви к детям, противопоставленный товарный знак не связан напрямую с детьми и формирует образ модной одежды на любой вкус. Визуальные различия сравниваемых обозначений достигаются за счет разного зрительного впечатления, формируемого за счет использования при написании словесных элементов разного шрифта, а также за счет разного композиционного расположения словесных элементов в пространстве.

Таким образом, с учетом всех вышеперечисленных признаков, коллегия пришла к выводу, что сходство между сравниваемыми обозначениями отсутствует и что товары с этими обозначениями не будут смешиваться потребителем в гражданском обороте.

### IAM ПРОТИВ I AM (РЕШЕНИЕ РОСПАТЕНТА (ППС) ОТ 16 МАЯ 2019 Г.)

В Палату по патентным спорам было подано возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку «IAM Academy» по свидетельству № 685586.

**IAM**  
**ACADEMY**

Товарный знак № 685586

У подавшего возражение лица есть ранее зарегистрированные знаки «I am» и «I AM STUDIO» по свидетельствам № 410731 и № 654642, сходные с оспариваемым товарным

знаком. Помимо этого, в возражении было отмечено, что словесное обозначение «IAM ACADEMY» оспариваемого товарного знака не является устойчивым словосочетанием, имеющим значение, отличное от входящих в него слов, экспертиза которого должна проводиться без деления на входящие в него слова.

I am

Товарный знак № 410731

I AM STUDIO

Товарный знак № 654642

Коллегия палаты по патентным спорам рассмотрела возражение и отметила, что словесный элемент «IAM» состоит из слитно написанных слов английского языка и при пробеле между элементом «I» и «AM» переводится как местоимение «Я».

Кроме того, оспариваемый товарный знак и противопоставленный товарный знак построены одинаковым образом — первую позицию занимают элементы «IAM» / «I AM», а вторую элементы «ACADEMY» / «STUDIO», которые являются видовыми наименованиями предприятия («академия» / «студия» на английском языке). Также, сходство знаков усиливается исполнением словесных элементов буквами одного алфавита.

Таким образом, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом и оспариваемый товарный знак может быть воспринят потребителями как продолжение знаков, принадлежащих лицу, подавшему возражение. Исходя из этого, оспариваемый знак был аннулирован в части тех товаров, которые были общими для него и противопоставленных знаков.

### ОБОЗНАЧЕНИЕ МОЖЕТ ХАРАКТЕРИЗОВАТЬ ИЛИ ОЦЕНИВАТЬ УСЛУГИ В ТОМ СЛУЧАЕ, ЕСЛИ ОНО ПРЯМО И БЕЗ ДОМЫСЛИВАНИЯ УКАЗЫВАЕТ



## НА ИХ ВИД, КАЧЕСТВО, СВОЙСТВО ИЛИ НАЗНАЧЕНИЕ (РЕШЕНИЕ РОСПА- ТЕНТА (ППС) 20 МАРТА 2019 Г.)

Роспатент отказал в регистрации обозначения «MAFIASUSHI» по заявке № 2017700941 в качестве товарного знака, сославшись на то, что, по мнению экспертизы, оно противоречит общественным интересам и принципам гуманности.

В основу решения Роспатента легли три тезиса:

- заявленное обозначение представляет собой простое соединение двух слов «MAFIA» и «SUSHI»;
- словесный элемент «SUSHI» не обладает различительной способностью, поскольку указывает на конкретный вид товаров;
- в состав заявленного обозначения включен словесный элемент «MAFIA», который представляет собой название преступной организации, действующей методами шантажа, насилия, убийства.

Коллегия палаты по патентным спорам рассмотрела возражение заявителя против этого решения Роспатента и отметила, что характеризовать или оценивать услуги обозначение может в том случае, если оно прямо, без домысливания указывает на вид, качество, свойство, назначение, в том числе носящее хвalebный характер.

Обозначение «MAFIASUSHI» в том виде, как заявлено в качестве товарного знака, не способно однозначно восприниматься в качестве наименования вида товара, поскольку такого вида товаров как «МАФИЯСУШИ» в природе не существует.

Несмотря на то, что заявленное обозначение содержит в своем составе элемент «MAFIA», значение слова «мафия» в качестве названия преступной организации не является единственным: оно имеет значение в ироническом контексте как «компания, сборище».

## MAFIASUSHI    MAFIAFOOD

Обозначение по заявке на ТЗ № 2017700941

Товарный знак № 668484

Таким образом, с учетом семантики всех элементов заявленное обозначение может формировать у потребителя, например, образ: компания, сборище, которые объединены общими интересами, связанными с суши. В целом заявленное обозначение способно вызывать ассоциации с японской кухней, изготовлением суши и т.д., а не с тайной преступной сицилийской организацией.

Коллегия также считает необходимым указать, что вопрос отнесения слова «мафия» к бранной или оскорбительной лексике уже анализировался судебными инстанциями (дело № А71–10996/2011). Суды пришли к выводу, что данное слово не воспринимается в бранном оскорбительном или непристойном смысле при использовании его для маркировки, в частности, услуг кафе.

Также коллегия приняла во внимание, что заявителю принадлежит товарный знак «MAFIAFOOD» по свидетельству № 668484, что свидетельствует о добросовестности заявителя и его намерении расширить ряд товарных знаков со словесным элементом «MAFIA». Таким образом, у коллегии есть основания полагать, что регистрация заявленного обозначения на имя заявителя не будет противоречить общественным интересам, принципам гуманности и не вызовет негативных настроений в обществе.

## САМО ПО СЕБЕ ЦВЕТОВОЕ РЕШЕНИЕ НЕ МОЖЕТ БЫТЬ ПРИЗНАНО ИНДИ- ВИДУАЛИЗИРУЮЩИМ ЭЛЕМЕНТОМ ТОВАРНОГО ЗНАКА (РЕШЕНИЕ РОСПА- ТЕНТА (ППС) ОТ 28 МАРТА 2019 Г.)

На регистрацию в качестве товарного знака в отношении зонтов и солнечных зонтов в Роспатент было подано обозначение по заявке № 2017751930. Это объемное обозначение представляет собой зонт, на купол которого нанесен рисунок в виде среза киви, выполненный сочетанием черного, зеленого, светло-зеленого и коричневого цветов.



Обозначение по заявке на ТЗ № 2017751930

Роспатент отказал в регистрации этого обозначения, мотивировав это тем, что заявленное обозначение представляет собой реалистическое изображение товара, в отношении которого оно заявлено, а, следовательно, не обладает различительной способностью. Помимо этого, такая форма зонта является вариантом обычной формы зонтов, не отличается существенно от простых, общепринятых форм этого товара или от ожидаемых потребителем форм, что подтверждается использованием подобных форм зонта различными производителями.

Заявитель не согласился с этим решением и подал возражение в Палату по патентным спорам. Коллегия палаты отметила, что предоставление исключительного права на товар общепринятой формы одному лицу нарушает право на использование такой формы в отношении подобных товаров иным участникам гражданского оборота.

Выполнение купола заявленного зонта в виде среза киви является цветовым решением заявленного обозначения, однако цветовое решение зонта не меняет впечатление от представленного зонта как от зонта и не может быть признано индивидуализирующим элементом товарного знака.

При этом материалами возражения не доказано, что потребители на дату приоритета заявки идентифицировали зонты с рисунком в виде среза киви исключительно с заявителем.

Таким образом, коллегия сделала вывод о том, что заявленное обозначение не содержит элементов, позволяющих потребителю идентифицировать товары заявителя. При этом имеющееся цветовое сочетание не является уникальным для заявленных товаров: в сети Интернет предлагаются к продаже зонты, купола которых имеют зеленое, светло-зеленое, серо-коричнево-черное цветовое сочетание.

На основании вышеизложенного коллегия решила, что заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака из-за отсутствия у него различительной способности.

# НОВОСТИ

## 9 СЕНТЯБРЯ 2019 // НУР-СУЛТАН

В. Н. Медведев, Управляющий партнер, Российский и Евразийский патентный поверенный и Ю. Д. Кузнецов, Партнер, Руководитель патентной практики (оба — «Городисский и Партнеры», Москва) приняли участие в дипломатической конференции, посвященной 25-летию Евразийской Патентной Конвенции и принятию Протокола об охране промышленных образцов. Одним из центральных мероприятий стала церемония награждения лауреатов Евразийской Премии в области изобретательства, на которой фирма «Городисский и Партнеры» получила награду как лучшая фирма патентных поверенных. Со своей стороны, «Городисский и Партнеры» наградили ценными призами всех детей-лауреатов премии ЕАПО в области изобретательства.



НА ФОТО: В. Н. МЕДВЕДЕВ

## 11-12 СЕНТЯБРЯ 2019 // МОСКВА

По случаю 60-летия своей практики фирма «Городисский и Партнеры» провела 10-й ежегодный Семинар для иностранных участников, кото-

рый с успехом прошел в Московском офисе фирмы и был посвящен действующему в России законодательству в сфере интеллектуальной собственности, а также сравнительному анализу российской, евразийской, европейской, американской и китайской практик.

Программа Семинара состояла из трёх сессий: Патенты, Товарные знаки и Правовые аспекты. Круглые столы «Сотрудничество патентных



НА ФОТО: УЧАСТНИКИ ЕЖЕГОДНОГО СЕМИНАРА

служб компаний с внешними консультантами», «Комплексная защита интеллектуальной собственности в автомобилестроении», «Стратегии продвижения бренда на внутреннем и международном рынках с правовой точки зрения» и «Роль географических указаний в винной индустрии» с участием иностранных содокладчиков вызвали большой интерес и оживленную дискуссию.

## 18 СЕНТЯБРЯ 2019 // НЬЮ-ЙОРК

И. С. Горячев, Старший юрист («Городисский и Партнеры», Москва), выступил с докладом на панельной сессии «Адаптация успешных и практичных стратегий при рассмотрении трансграничных дел» на 4-м Форуме Life Sciences, организованном международным издательством Managing Intellectual Property 18 сентября 2019 года в Нью-Йорке.

На сессии обсуждались проблемы, возникающие при рассмотрении трансграничных дел, и стратегии их преодоления.

## 24 СЕНТЯБРЯ 2019 // ХЕЛЬСИНКИ

С. А. Румянцев, к.ю.н., СIPP/Е, Старший юрист и С. В. Медведев, к.ю.н., LL.M, Партнёр (оба — «Городисский и Партнеры», Москва), выступили с докладами «Электронная коммерция: Российское законодательство о защите персональных данных в сравнении с GDPR», «Новые стратегии при борьбе с контрафактной продукцией в интернете» на семинаре «Интернет бизнес в России: основные требования законодательства и риски», организованном Финско-Российской торговой палатой в г. Хельсинки (Финляндия).

Семинар, в котором приняло участие около 20 человек, членов

Финско-Российской торговой палаты, получил высокую оценку участников.

## 25 СЕНТЯБРЯ 2019 // НАХОДКА

Н. И. Птицын, Директор, Патентный поверенный РФ, и Д. Ю. Кайгородова, младший эксперт (оба — «Городисский и Партнеры», Владивосток), выступили с презентациями по вопросам выявления контрафактных товаров на обучающем тренинге для сотрудников Находкинской таможни, организованном Дальневосточным таможенным управлением в Находке. Участники тренинга обсудили возможности таможенных органов при выявлении контрафакта в отношении товаров, прошедших таможенное оформление и введенных в гражданский оборот. По завершении мероприятия сотрудники таможни задали интересующие их вопросы. Тренинг вызвал большой интерес среди участников.



Россия, 129090, **МОСКВА**  
ул. Большая Спасская, 25, стр. 3  
Телефон: +7(495) 937-61-16/61-09  
Факс: +7(495) 937-61-04/61-23  
e-mail: pat@gorodissky.com  
www.gorodissky.ru

Россия, 197046, **С-ПЕТЕРБУРГ**  
Каменноостровский пр-т, 1-3, оф. 30  
Телефон: +7(812) 327-50-56  
Факс: +7(812) 324-74-65  
e-mail: spb@gorodissky.com

Россия, 141980, **ДУБНА**  
Московская обл.,  
ул. Флёрова, д.11, оф.33  
Телефон: +7(496) 219-92-99/92-29  
e-mail: Dubna@gorodissky.com

Россия, 350000, **КРАСНОДАР**  
ул. Красноармейская, 91  
Телефон: +7(861) 210-08-66  
Факс: +7(861) 210-08-65  
e-mail: krasnodar@gorodissky.com

Россия, 620026, **ЕКАТЕРИНБУРГ**  
Ул. Розы Люксембург, 49  
Телефон: +7(343) 351-13-83  
Факс: +7(343) 351-13-84  
e-mail: ekaterinburg@gorodissky.com

Россия, 603000, **Н. НОВГОРОД**  
ул. Ильинская, 105а  
Телефон: +7(831) 411-55-60  
Факс: +7(831) 430-73-39  
e-mail: nnovgorod@gorodissky.com

Россия, 630099, **НОВОСИБИРСК**  
ул. Депутатская, 46, офис 1204,  
Деловой центр «Ситицентр»  
Тел/Факс: +7(383) 209-30-45  
e-mail: Novosibirsk@gorodissky.com

Россия, 443096, **САМАРА**  
ул. Осипенко, 11  
Телефон: +7(846) 270-26-12  
Факс: +7(846) 270-26-13  
e-mail: samara@gorodissky.com

Россия, 614015, **ПЕРМЬ**  
Топольевый переулоч, д.5,  
ЖК «Астра», офис 4.8  
Тел/Факс: +7(342) 258-34-38/39  
e-mail: perm@gorodissky.com

Россия, 690091, **ВЛАДИВОСТОК**  
Океанский проспект, 17, офис 1003  
Телефон: +7(423) 246-91-00  
Факс: +7(423) 246-91-03  
e-mail: vladivostok@gorodissky.com

Россия, 420015, **КАЗАНЬ**  
ул. Жуковского, 26  
Телефон: +7(843) 236-32-32  
Факс: +7(843) 237-92-16  
e-mail: kazan@gorodissky.com

Россия, 607328, **САРОВ ТЕХНОПАРК**  
Дивеевский район, пос. Сатис,  
ул. Парковая, 1, стр. 3, оф. 14  
Тел/Факс: +7(83134) 452-75  
e-mail: sarov@gorodissky.com

Россия 450077, **УФА**  
Верхнеторговая площадь, 6,  
БЦ «Нестеров», офис 2.1.1  
Тел/Факс: +7(347) 286-58-61  
e-mail: ufa@gorodissky.com

Украина, 01135, **КИЕВ**  
ул. Черновола, 25, офис 3  
Телефон: +380(44) 501-18-71  
Факс: +380(44) 279-68-96  
e-mail: office@gorodissky.ua  
www.gorodissky.ua