



Уральский
федеральный
университет

Дисциплина: **Патентование**

144 часа, 4.з.е.

Автор: Голубева Людмила Петровна
Патентный поверенный РФ, рег. № 218
Разработчик: Герасимова Светлана
Анатольевна

Электронный курс Патентоведение

Раздел 4. Товарные знаки

Товарные знаки

- **Средства индивидуализации** – товарный знак, наименование места происхождения товаров, фирменные наименования и коммерческие обозначения.
- **Товарный знак** это обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.
- Исключительное право удостоверяется **свидетельством** на товарный знак. Срок действия 10 лет с возможностью неограниченного количества продления каждый раз на 10 лет. Территориальный характер.
- **Товарный знак = знаку обслуживания по правовому статусу.** Разница – ТЗ применительно к товарам, а знак обслуживания применительно к услугам.

Исключительное право

Исключительное право (ст. 1484 ГК РФ)- только правообладателю принадлежит право использовать товарный знак любым не противоречащим законом способом, а именно:

- Размещение товарного знака на товарах, этикетках, упаковках, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на вставках и ярмарках, хранятся, перевозятся, ввозятся на территорию РФ или иным образом вводятся в гражданский оборот;
- при выполнении работ, оказании услуг
- на документации, связанной с введением в гражданский оборот
- в предложениях к продаже, в объявлениях, на вывесках и в рекламе
- в сети Интернет, в том числе в доменном имени.

МКТУ

- **МКТУ** – Ниццкое соглашение. Россия присоединилась в 1791 году. В настоящее время действует 10-я редакция. Все товары и услуги сгруппированы по 45 классам МКТУ. Классы с 01 по 34 включительно – товары, с 35 по 45 – услуги.
- В одном товарном знаке могут одновременно быть указаны и товары и услуги.
- МКТУ состоит из общей части, алфавитного перечня товаров и услуг и перечня товаров и услуг, сгруппированных по классам.

Приоритет

- Конвенционный- 6 месяцев.
- Выставочный приоритет – 6 месяцев.
- Последствия совпадения приоритетов – 6-месячный срок (для принятия соглашения между заявителями)

Виды товарных знаков

Товарные знаки делятся по видам обозначений:

- Словесные, изобразительные, объемные, звуковые, световые и их комбинации, в любом цвете или цветовом сочетании.

В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы любые обозначения, в любом цветовом сочетании.

Виды товарных знаков

- **Словесные товарные знаки** – обозначения в виде слов (искусственные, естественные), словосочетания (устойчивые или просто набор слов, не связанные грамматически), однозначные или многозначные слова, русские или слова из других языков. Обычно популярны неологизмы, переносные значения слов. Как правило, наиболее значимыми являются ассоциативные обозначения.
- Примеры- **мушкетёр** для дистанционно пилотируемых самолетов, **нормакардин** для лекарственных средств, **телезвон** для услуг телефонии.
- В качестве словесных товарных знаков могут охраняться **слоганы, лозунги** (оригинальность)- **Ваша киска купила бы вискас, Маленькие компьютеры для больших детей** и т.п. Лозунги это словосочетания, содержащие один или два глагола в повелительном наклонении, например «Нажимай» для швейных машин, «отведи душу для инструментов», «Смотри и делай» для учебников. Слоган советских времен – Сахар- это белая смерть (для диабетиков).

Виды товарных знаков

- **Изобразительные** обозначения - доступное органам зрения, воспроизведенное в художественной форме, могут быть обычные изображения предметов, животных, людей и т.п., например изображение ключа для товара «вода», как иносказательное – ключ жизни. Одни и те же графические элементы, выполненные в разных цветах могут в одном случае ассоциироваться с травой (зеленый), а в другом с пламенем (красный).
- **Объемные** обозначения - имеющие ширину, длину, высоту, измеряемые в кубических единицах. Требование - не должно иметь функциональной указательности.

Виды товарных знаков

- **Изобразительные** обозначения - доступное органам зрения, воспроизведенное в художественной форме, могут быть обычные изображения предметов, животных, людей и т.п., например изображение ключа для товара «вода», как иносказательное – ключ жизни. Одни и те же графические элементы, выполненные в разных цветах могут в одном случае ассоциироваться с травой (зеленый), а в другом с пламенем (красный).
- **Объемные** обозначения - имеющие ширину, длину, высоту, измеряемые в кубических единицах. Требование - не должно иметь функциональной указательности.

Виды товарных знаков

- **Комбинированные обозначения** – (словесно-изобразительные) включают слово + рисунок и/или цвет и/ или шрифт. Такие обозначения при экспертизе сравнивают как со словесными обозначениями, так и с изобразительными.
- Если само слово может быть признано неохраноспособным, то обозначение в целом может быть зарегистрировано к качеству товарного знака, при условии, что словесный элемент не занимает доминирующего положения в обозначении (по месту и по положению).

Виды товарных знаков

- **Звуковые обозначения**- в виде нотной записи. Обычно принадлежат радиостанциям и представляют собой позывные.
- Звуковые обозначения могут представлять собой диаграмму частот. Публикация в свидетельстве в виде нотной записи для целей идентификации.
- **Световые** знаки – последовательности сигналов свечения. В основном регистрируются фирмами, занимающиеся досугом молодежи.
- **Запахи**. Товарных знаков нет.

Виды товарных знаков

- Товарные знаки делятся по правовому статусу
- - На собственно товарные знаки
- - Коллективные товарные знаки (группа лиц, товары с едиными качественными характеристиками, устав), например **ПРИМА**
- - Общеизвестные товарные знаки, т.е. ставшие широко известными в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении маркируемых ими товаров в результате своего интенсивного использования. (Правовая охрана действует бессрочно). **Русская** (водка) № 40, **Московская** № 52, **Столичная** № 53, **Русский стандарт** № 54, **SMIRNOFF** и **СМИРНОВЪ** № №43,44, **NESTLE** № №41, 42, **АВТОВАЗ** № 45, **LADA** № 46 **МАКФА** № 48, **Аргументы и факты** № 58 и т.п.

Основания для отказа в регистрации ТЗ

- Обозначения, которые не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков перечислены в ст. 1483 ГК РФ
- Абсолютные основания для отказа (защищается публичный интерес)
- Относительные основания для отказа (защищается частный интерес третьих лиц)

Абсолютные основания для отказа п. 1 ст. 1483 ГК РФ

Не подлежат регистрации обозначения по мотивам отсутствия различительной способности как таковой ():

- не обладающие различительной способностью или состоящих только из элементов, вошедших во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида.
- являющихся общепринятыми символами и терминами
- характеризующих товары (услуги) в том числе указывающие на вид, качество, свойство, назначение, ценность, время и место производства или сбыта
- представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно и главным образом свойством и назначением товаров

Указанные элементы :

- Могут быть исключены из правовой охраны, но при условии, что не занимают доминирующего положения в обозначении;
- Заявителем может быть доказано предшествующее использование в результате которого элементы приобрели дополнительную различительную способность.

Абсолютные основания для отказа п. 2 ст. 1483 ГК РФ

□ Не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, которые относятся к объектам, не подлежащим правовой охране в соответствии со статьей 1231.1 ГК РФ, или сходны с ними до степени смешения.

В частности не допускается регистрация товарных знаков, состоящих только из государственных символов (см. основания для отказа для промышленных образцов). Регистрация возможна только с разрешения компетентных органов.

Абсолютные основания для отказа п. 3 ст. 1483 ГК РФ

Не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы:

- являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя;
- противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Абсолютные основания для отказа п. 4 ст. 1483 ГК РФ

- Не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, тождественных или сходных до степени смешения с официальными наименованиями и изображениями особо ценных объектов культурного наследия народов Российской Федерации либо объектов всемирного культурного или природного наследия, а также с изображениями культурных ценностей, хранящихся в коллекциях, собраниях и фондах, если регистрация испрашивается на имя лиц, не являющихся их собственниками, без согласия собственников или лиц, уполномоченных собственниками, на регистрацию таких обозначений в качестве товарных знаков.

Абсолютные основания для отказа п. 5 ст. 1483 ГК РФ

- Не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, которые охраняются в одном из государств - участников этого международного договора в качестве обозначений, позволяющих идентифицировать вина или спиртные напитки как происходящие с его территории (производимые в границах географического объекта этого государства) и имеющие особое качество, репутацию или другие характеристики, которые главным образом определяются их происхождением, если товарный знак предназначен для обозначения вин или спиртных напитков, не происходящих с территории данного географического объекта.

Относительные основания для отказа п. 6 ст. 1483 ГК РФ

Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

- товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию (статья 1492) в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации;
- 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;
- товарными знаками других лиц, признанными в установленном настоящим Кодексом порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров с даты более ранней, чем приоритет заявленного обозначения.

Указанные основания для отказа снимаются при наличии письма-согласия правообладателя.

Относительные основания для отказа п. 7 ст. 1483 ГК РФ

Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованием места происхождения товаров, охраняемым в соответствии с настоящим Кодексом, а также с обозначением, заявленным на регистрацию в качестве такового до даты приоритета товарного знака, за исключением случая, если такое наименование или сходное с ним до степени смешения обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, при условии, что регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара.

Абсолютные основания для отказа п. 8 ст. 1483 ГК РФ

Не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Абсолютные основания для отказа п. 9 ст. 1483 ГК РФ

- Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные:
- 1) названию известного в Российской Федерации на дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака (статья 1492) произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или его фрагменту, без согласия правообладателя, если права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака;
- 2) имени (статья 19), псевдониму (пункт 1 статьи 1265 и подпункт 3 пункта 1 статьи 1315) или производному от них обозначению, портрету или факсимиле известного в Российской Федерации на дату подачи заявки лица, без согласия этого лица или его наследника;
- 3) промышленному образцу, знаку соответствия, права на которые возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.
- Положения настоящего пункта **применяются также в отношении обозначений, сходных до степени смешения** с указанными в нем объектами.

Относительные основания для отказа п. 10 ст. 1483 ГК РФ

- Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с настоящим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 настоящей статьи.
- Государственная регистрация в качестве товарных знаков таких обозначений допускается при наличии соответствующего согласия, предусмотренного пунктом 6 и подпунктами 1 и 2 пункта 9 настоящей статьи

Относительные основания для отказа п. 11 ст. 1483 ГК РФ

- По основаниям, предусмотренным настоящей статьей, правовая охрана также не предоставляется товарным знакам, зарегистрированным в соответствии с международными договорами Российской Федерации

Преодоление отказа по мотивам описательности (п. 1 ст. 1483 ГК РФ)

Отказ преодолим, если:

- Неохраноспособный элемент (ы) не занимает доминирующего положения в обозначении
- Доказано приобретение дополнительной различительной способности

Неохраноспособный элемент не занимает доминирующего положения в обозначении

Товарный знак № **345518** приоритет от **24.01.2006 г.**

МС101

- **17 класс МКТУ** - материал для уплотнения, а именно набивка безасбестовая из гибкого графита
- Экспертиза ФГБУ ФИПС- **отказ в регистрации** по основаниям описательности.

Оспаривание отказа

Заявитель подал **возражение** в палату по патентным спорам (ППС), предоставив дополнительные материалы:

- разрешение №РРС 04-10196;
- технические условия ТУ 2573-003-56508584-03 от 03.02.2003;
- рекламные материалы, материалы о научно-практической конференции;
- отзывы, акты, справки о результатах испытаний сальниковых набивок, маркируемых заявленным обозначением;
- товарные накладные за 2005-2006;
- письма от компаний «ЛУКОЙЛ», «СИБНЕФТЬ», «Ангарская нефтехимическая компания», «ТАИФ-НК» о том, что продукция, маркируемая товарным знаком «МС101», известна компаниям с 1999 года;
- ГОСТ 5152-84 "Набивки сальниковые».

Решение ППС

- Сведений о том, что буквы «МС» носят описательный характер (указывая каким-либо образом на свойства набивок), в рассмотрении коллегии Палаты по патентным спорам не имеется. Указанное является основанием для отнесения букв «МС» к вымышленным, фантазийным.
- Учитывая вышеизложенное, в заявленном обозначении буквы «МС» -являются фантазийными, цифры «101» указывают на размер, диаметр набивки, в связи с чем, их можно признать неохраноспособными в заявленном обозначении.

ТЗ состоит только из неохраноспособного элемента

- Товарный знак № **442656** приоритет от **11.06.2009г.**

ЦТРС

для товаров 19 класса МКТУ-
цементы, а именно тампоначные цементы.

- Товарный знак № **421545** приоритет от **11.06.2009г.**

ЦТРО

для товаров 19 класса МКТУ-
цементы, а именно тампоначные цементы.

При вынесении решения приняты во внимание
дополнительные материалы, доказывающие
приобретение различительной способности

Неохраноспособный элемент занимает доминирующее обозначение

- Товарный знак № 396330 приоритет от 26.02.2007 г.
- ЗАО «Супермаркет «Кировский»



- Отказ ФГБУ ФИПС по п. 1 и п. 3 ст. 1483 ГК РФ

Оспаривание решение в ППС

Возражение содержало основной довод: *Словесный элемент «Кировский» приобрел вторичную различительную способность в результате длительного и масштабного его использования заявителем и способен выполнять индивидуализирующую функцию.*

Доказательства:

- Рекламные и информационные материалы за 20 лет, предшествующие дате приоритета
- Материалы, доказывающие наличие сети в городах Екатеринбург, Нижний Тагил, Новоуральск, Первоуральск, Ревда, Серов, Лесной, Березовский
- Информация с собственного сайта заявителя
- Отзывы потребителей

Решение ППС

Зарегистрировать товарный знак со следующим перечнем услуг 35 класса МКТУ:

«Продвижение товаров [для третьих лиц], в том числе посредством **оптовой и розничной торговли**; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами], в том числе посредством Интернет»

Преодоление отказа по мотивам ложности или способности введения потребителя в заблуждение (п. 3 ст. 1483 ГК РФ)

Отказ преодолим, если:

- Исключить ложные элементы
- Привести доказательства отсутствия ложности или способности введения потребителя в заблуждение

Способность введения потребителя в заблуждение (п. 3 ст. 1483 ГК РФ)

Пример 1 Товарный знак № **386346** от **25.12.2007**



- Товары 33 класса МКТУ «**алкогольные напитки (за исключением пива)**»
- Первоначальный заявитель ИП из Екатеринбурга
- Внесение изменений – заявитель ООО «Ангара», г. Братск
- **Уведомление** ФГБУ ФИПС о результатах проверки соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства с предварительным отказом по п. 3 ст. 1483

Оспаривание в процессе экспертизы

□ Содержание уведомления:

Имеется ЗАО «АНГАРА» - Братский виноводочный завод, который производит водку «Ангара», т.е. регистрация товарного знака на имя заявителя способна ввести потребителя в заблуждение относительно товара и его производителя.

□ Ответ на уведомление:

Анализ деятельности ЗАО «Ангара» по открытым источникам информации и исследование правомерности указания экспертизой на факт разового выпуска водки «Ангара».

□ Результат – решение о регистрации товарного знака.

п. 3 ст. 1483 ГК РФ

Пример 2 (недостоверное указание на географическую принадлежность)

Товарный знак № **396330** приоритет от **26.02.2007** г.

ЗАО «Супермаркет «Кировский»



Отказ по п. 3 ст. 1483 ГК РФ

Оспаривание в ППС

Мотивы отказа:

- Словесный элемент «Кировский» является прилагательным от наименование города Киров, тогда как заявитель находится в г. Екатеринбург, т.е. потребитель может быть введен в заблуждение относительно места нахождения заявителя.

Возражение:

- Кировский не воспринимается исключительно как указание на город Киров (бывший Вятка), т.к. имеются другие города с тождественным названием, районы и крупные предприятия в различных городах, которые носят тождественное название, в том числе в г. Екатеринбург, где и зарегистрирован заявитель
- Совпадает с фирменным наименованием, которое стало широко известно и приобрело вторичную различительную способность в результате длительного использования именно в качестве прилагательного.

п. 3 ст. 1483 ГК РФ

Пример 3. Использование российским заявителем латинского шрифта

Товарный знак **443551** от **25.12.2009**

○◎◎ **STROBBS**

Заявитель: ООО «Анта Центр» (г. Королев)

для 18, 25 и 35 классов МКТУ

Уведомление о соответствии заявленного обозначения требованиям законодательства – **предварительный отказ по п. 3 ст. 1483 ГК РФ**

Оспаривание в процессе экспертизы

- **Мотивы отказа:** графическое исполнение словесного элемента заявленного обозначения способно ввести потребителя в заблуждение, поскольку порождает в сознании потребителя определенное представление о месте производства товаров, которое в отношении российского заявителя – юридического лица, не соответствует действительности. В связи с этим, при использовании данного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 18, 25 и 35 классов МКТУ у потребителя могут возникнуть ассоциации с иностранным происхождением товаров и услуг, которое не соответствует действительности.
- В качестве источника информации экспертиза приводит словарь-справочник «Иностранные фамилии и имена. Написание и произношение». М., Внешсигма, 1999

Возражение:

- приведенный экспертизой словарь является узко-специализированной литературой. Даже если в нём содержится упоминание о фамилии STROBB или STROBBS, это не доказывает распространённость или известность этой фамилии, а также неразрывную связь этой фамилии с каким-то определенным товаром и местом изготовления товаров;
- по себе слово «STROBBS» (транслитерация «СТРОББС»), выполненное буквами как латинского, так и русского алфавита, семантически нейтрально, т.е., не несет в себе никакой смысловой нагрузки;
- необоснованное ограничение прав в том числе предусмотренных Мадридской системой, т.к. товарные знаки иностранных лиц регистрируются на русском языке и сам факт использования иностранным лицом русского алфавита или российским лицом латинского алфавита не является основанием для отказа в регистрации товарного знака;
- предоставлены доказательства подготовки производства заявителем обуви за границей

Применение п. 1 и п. 3 ст. 1483 ГК РФ

Товарный знак № **322664** от **21.11.2005**

Правообладатель:

□ Местная православная религиозная организация

Женский монастырь Ново-Тихвинский

□ г. Екатеринбург Свердловской области

Екатеринбургской Епархии Русской Православной

Церкви (Московский патриархат),

620144, Свердловская область, г. Екатеринбург, Зеленая роща, 1



Для 04, 05, 14, 16, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 29, 30, 31, 32,
33, 40, 41, 43, 44, 45 классов МКТУ

п. 1 и п. 3 ст. 1483 ГК РФ не применены

Преодоление отказа по п. 6 ст. 1483 ГК РФ

Отказ преодолим, если:

- Исключить из притязаний те же или однородные товары (услуги)
- Предоставить письмо-согласие правообладателя товарного знака старшего права
- Досрочно прекратить мешающий товарный знак

Предоставление письма-согласия правообладателя товарного знака старшего права

- Письмо-согласие составляется в произвольной форме и подписывается руководителем правообладателя.
Должно содержать:
- Указание на полное фирменное наименование и адрес местонахождения правообладателя, номер товарного знака (заявки)
- Указание на наименование и адрес заявителя, изображение обозначения и перечень товаров (услуг) в отношении которых дается согласие

Порядок предоставления письма-согласия

- На стадии подачи заявки
- В ответ на запрос или уведомление экспертизы
- В качестве дополнительных материалов по инициативе заявителя
- При подаче или в процессе рассмотрения возражения в Палате по патентным спорам

Пример 1 (письмо-согласие)

- Товарный знак № 424017 товарный знак № 257389

"Три Десятки"



- Товарный знак № 426797 (заявка подана с приложением документов, доказывающих приобретение дополнительной различительной способности)



Пример 2 (письмо-согласие и досрочное прекращение мешающих товарных знаков)

□ Товарные знаки №№
465965, 465966, 471253,
471254, 471255 (09, 35 и
42 классы МКТУ)- 2012 год

КОНТУР КОНТУР

 **КОНТУР**

 **КОНТУР**


КОНТУР

Товарные знаки

№ **131258** (09 класс
МКТУ) **1995**



№ **263119** (09 и 35 классы
МКТУ) **2004**



КОНТУР

№ **385805** (09 класс МКТУ)
2009

CONTOUR

Досрочное прекращение мешающего товарного знака

Оспаривание правомерности регистрации товарного знака

- Если нарушены п. 1 и/или п. 3 ст. 1483 ГК РФ, то оспаривание может быть осуществлено в течение всего срока действия товарного знака (любое лицо)
- Если нарушен п. 6 ст. 1483 ГК РФ, то оспаривание возможно только в течение 5-ти лет с даты регистрации товарного знака (оспаривает правообладатель старшего права)

Во всех случаях необходимо доказать заинтересованность на дату подачи возражения

Оспаривание по п.3 ст.1483 ГК РФ

- 1. Товарный знак № 263119



оспорен частично, т.е. в 2012 году прекращен для товара 09 класса МКТУ «Обработка информации».

- 2. Товарный знак № 385805
прекращен полностью в 2011 году.

CONTOUR

Указанные товарные знаки перестали препятствовать регистрации товарных знаков КОНТУР для части товаров 09 класса МКТУ, связанных с программным обеспечением и компьютерами.

Оспаривание по п. 1 ст. 1483 ГК РФ

- Товарный знак **№ 289050**, в том числе для 30 класса МКТУ «блины» и для 43 класса МКТУ «закусочные, кафе, рестораны...»



Блин ФФ

Мотивы оспаривания- указание на вид товара «блин», т.е. является описательным и занимает доминирующее положение

Заинтересованность

Заинтересованность доказывалась:

- -собственной заявкой на обозначение по заявке № 2011727563 для 43 класса МКТУ «закусочные, кафетерии, кафе, рестораны ...»
- фактическим использованием



Решение ППС

Решение ППС- отказать

□ *Мотивы отказа*- оспариваемое обозначение в слитном написании, поэтому не очевидно его деление на две части («Блин» и «офф»). В таком случае обозначение «Блинофф» может быть воспринято как воспроизводящее фамилию человека в оригинальном написании на немецкий лад, поскольку оспариваемый товарный знак представляет собой вымышленное слово, не имеющее конкретного лексического значения. Графическое решение контура буквы «О» в виде неровных краев блина, ассоциируется с блинами, однако не указывает прямо на вид/назначение товаров/услуг.

Заявочные материалы и процедура регистрации ТЗ

Состав заявочных материалов:

- Заявление, включающее обозначение и перечень МКТУ
- Изображение заявляемого обозначения
- Пошлина
- Доверенность

Процедура:

- Поступление заявки – уведомление о принятии
- Формальная экспертиза (решение о принятии заявки на государственную регистрацию или запрос)
- Экспертиза заявленного перечня и экспертиза заявленного обозначения (уведомление, запрос, решение)

Права заявителя- внесение изменений в адрес, сокращение перечня товаров и услуг, внесение несущественных изменений в заявленное обозначение, оспаривание отказа, выделенная заявка.

Права правообладателя

- Внесение изменений в товарный знак.
- Право использовать национальный товарный знак для подачи международной заявки.
- Право предоставить право использования или право отчуждения товарного знака (полностью или частично).
- Продление товарного знака.
- Отказ от товарного знака.