

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ – ШЕДЕВРЫ ИЗОБРЕТАТЕЛЬНОСТИ

Мордвинова Вера Владимировна

Патентный поверенный РФ (рег.№563),

Юридическая фирма ЗАО «Джи энд Ка»
(г. Санкт-Петербург)

Санкт-Петербургская коллегия патентных поверенных

pp563@yandex.ru

+7 921 3008128

Желание заказчика — закон, но для его исполнения часто требуется нестандартный подход

Регистрация №609815



1. РЕБУСЫ — самый интересный вид ТЗ

Регистрация № 696682 (25 и 35 классы МКТУ)

Кто не любит решать ребусы? Неожиданно скомпонованные буквы бросают вызов, побуждая расшифровать сообщение.

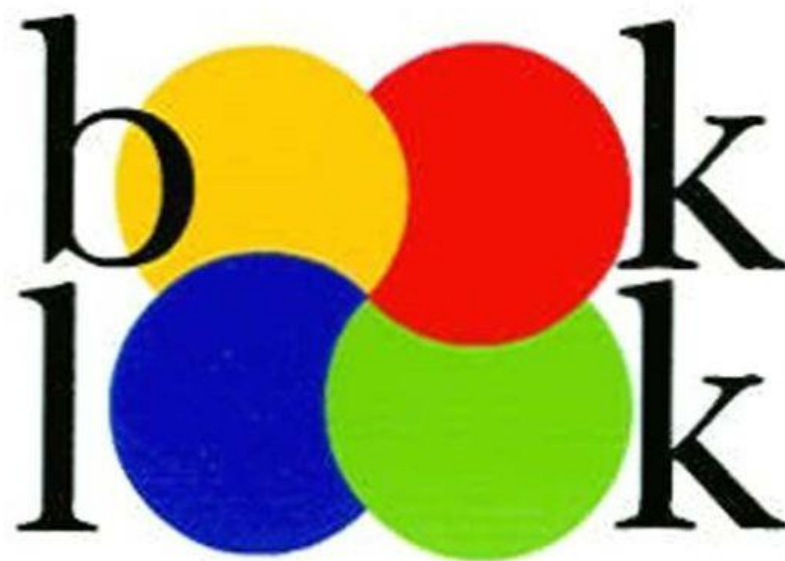
Слово «EVRKA», зашифрованное и графикой, и цветом, превратилось в нечитабельную картинку, которая, тем не менее, хорошо запоминается и расшифровывается, а «wow-эффект» заставляет логотип прочно застрять в памяти потребителя.



Фантазия, изобретательность и способность нестандартно мыслить помогут создать креативный ТЗ

Регистрация № 706556 (09,16,35,36,40,41 и 43 классы МКТУ)

Круг — распространенный символ совершенства и
бесконечного движения — в последнее время
используется все чаще.



Наиболее часто встречающийся способ шифрования - «матрица»

Регистрация № 705403 (9,16,35,38 и 45 классы МКТУ)

Квадраты всегда занимали особое место в сердцах дизайнеров.
Это идеальные «контейнеры» для вашего сообщения.



Ритмически организованные элементы ТЗ создают предсказуемую картину, и это качество автоматически переносится на деятельность компании, которую представляет обозначение

Регистрация № 686209
(07,08 и 35 классы МКТУ)

**Возьмите любое слово,
разбейте него на слоги,
впишите их в квадрат или
прямоугольник — и ТЗ готов
к регистрации!**



Использование «зеркального кода» от Леонардо да Винчи - (зеркальное отображение слов)

Регистрация № 704303 (32, 33, 35 и 43 классы МКТУ).

Если приложить зеркало к горизонтальной линии, то можно будет прочитать «STORE BEER»



2. НЕОЛОГИЗМЫ — искусственно образованные слова

Это самые популярные в настоящее время товарные знаки, поскольку все красивые слова и словосочетания уже зарегистрированы и шансы на их регистрацию минимальны.

Главное — чтобы неологизм вызывал нужные ассоциации у потребителя.

Регистрация № 647719 (28 класс МКТУ)

28 - игрушки; игрушки мягкие; игрушки плюшевые; игры; игры комнатные; коврики развивающие детские; куклы; мячи для игры; кубики; мягкие кубики



Мяшечки

Примеры отличных ассоциативных неологизмов

Регистрация №706667 (25 и 35 классы МКТУ):

BAMBYNIZON

Регистрация №706178 (30 класс МКТУ):

SPETZKONFETA

Регистрация №708753 (09 и 35 классы МКТУ):

FACEBOOK

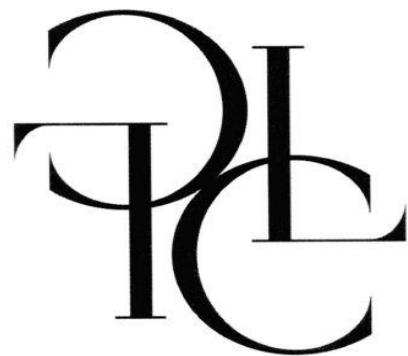
Регистрация №708753 (09 и 35 классы МКТУ):

SMARTSPACER

3. СОГЛАСНЫЕ БУКВЫ

(обязательно должны иметь характерное графическое исполнение)

Регистрация № 690864 (18, 25, 35 и 42 классы МКТУ)



Регистрация № 672652 (07, 09 и 35 классы МКТУ)



4. ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ТЗ

Эти обозначения должны быть достаточно ассоциативными, но не должно иметь прямой связи с товарами, для которых испрашивается регистрация. Потребитель должен домыслить то, что хотел донести до него заявитель товарного знака.

Регистрация № 248049 (25 и 35 классы МКТУ):



5. СЛОГАНЫ

Регистрация № 709566 (12, 25, 37 и 41 классы МКТУ):

THE FUTURE IS BUILT HERE

Регистрация № 706266 (35, 41 и 41 класс МКТУ):

ПОВЫШАЯ СПРОС — РЕШАЕМ ВОПРОС

Регистрация № 705341 (25 класс МКТУ):

Space for style

Регистрация № 685457 (32, 33 и 43 классы МКТУ):

ЕСТЬ ЧТО ПИТЬ

6. ЭКЗОТИКА

- **объемные обозначения** (трехмерные, оригинальная форма товара);
- **мультимедийные обозначения** (видеозаписи, видеозаставки, реклама);
- **звуковые обозначения** (нотная запись или фонограмма определенной продолжительности);
- **цветовые обозначения** (если они приобрели различительную способность в процессе использования).

Правообладатель: ПАО "Газпром нефть"

Регистрация № 668034
Объемный ТЗ

(01 - 45 классы МКТУ)

Коллегиальные чтения, СПб, 26 - 28 июня 2019 г.



Правообладатель: ООО "ОКТАВА ХОЛДИНГ"

Регистрация № 620272
Мультимедийный знак

(03,05, 32, 35 и 42 классы МКТУ)

Изображение капли,
которая в процессе анимации
постепенно меняет свой цвет,
форму и положение...



Выводы

1. Заявитель может воспользоваться любым из перечисленных выше приемов для разработки своего товарного знака.
2. Без предварительного поиска среди зарегистрированных товарных знаков и заявленных обозначений и без анализа полученных результатов нельзя гарантировать, что решение о регистрации будет получено.
3. Анализ результатов поиска следует проводить используя все дополнительные возможности, которые предлагают разработчики поисковых ресурсов.
4. Не стесняйтесь и давайте разработчикам свои предложения по улучшению поискового ресурса. Только так мы сможем получить достойный инструмент для проведения поиска обозначений.