

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения **возражения** **заявления**

Коллегия в порядке, установленном четвертой частью Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 26.09.2017, поданное Нансо Груп Ой, Финляндия (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №560657, при этом установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке №2014727443 с приоритетом от 14.08.2014 зарегистрирован 24.12.2015 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации за №560657 на имя Бруксбарнетт Инвестментс Лтд., Кипр (далее – правообладатель), в отношении товаров 25 класса МКТУ, указанных в перечне регистрации.

Оспариваемый товарный знак представляет собой словесное обозначение

INCANTO VOGUE, выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности, выражено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №560657 предоставлена в нарушение требований пунктов 3(1) и 6(2) статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему.

Лицо, подавшее возражение, является заинтересованным в подаче возражения, поскольку ему принадлежит исключительное право на сходный до

степени смешения товарный знак «Vogue» по свидетельству №135705, ранее зарегистрированный с приоритетом от 28.02.1994 в отношении товаров 25 класса МКТУ «одежда, обувь, головные уборы», которые являются однородными с товарами, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, поскольку относятся к одним и тем же родовым группам товаров (головные уборы, обувь и одежда), имеют одинаковое назначение и изготавливаются из аналогичных материалов, а также имеют одни и те же каналы реализации.

Лицо, подавшее возражение, является одной из крупнейших финских текстильных компаний, производящих трикотажные изделия, маркированные такими популярными обозначениями и товарными знаками как Nanso, Black Horse, Finnwear, Vogue, Norlyn ja Amar.

Учитывая известность товарного знака «Vogue», лицо, подавшее возражение, полагает, что регистрация сходного до степени смешения товарного знака «INCANTO VOGUE» может быть направлена на получение необоснованного преимущества, за счет использования сложившейся деловой репутации известного мирового бренда, что создает угрозу возникновения заблуждения потребителя относительно лица, производящего товары, а также может привести к размыванию принадлежащего ему оригинального товарного знака «Vogue».

По мнению лица, подавшего возражение, фонетическое сходство оспариваемого товарного знака с противопоставленным товарным знаком обусловлено фонетическим вхождением одного обозначения в другое. Визуальное сходство выражается в выполнении обозначений стандартным шрифтом буквами латинского алфавита в черном цвете, при отсутствии оригинальной графической манеры, благодаря которой мог бы сформироваться качественно новый уровень восприятия обозначений. Семантическое сходство сопоставляемых обозначений обусловлено совпадением одного из элементов обозначения. При этом словесные элементы, составляющие товарный знак «INCANTO VOGUE», семантически никак между собой не связаны, поскольку относятся к разным языкам (согласно сведениям словарей «АКАДЕМИК» и «Мультитран»), словесный элемент «vogue» в переводе с английского языка означает «мода, популярность, широкое хождение»,

а словесный элемент «INCANTO» с английского языка перевода не имеет, а с итальянского языка переводится как «колдовство»).

Таким образом, предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку «INCANTO VOGUE», сходному до степени смешения с товарным знаком «Vogue», противоречит подпункту 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В возражении также указано, что для признания оспариваемого знака способным ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара необходимо установить, что спорное обозначение может породить в сознании потребителя представление о производителе, которое не соответствует действительности.

Известность товаров (трикотажных изделий и чулочно-носочной продукции), производителем которых является лицо, подавшее возражение, подтверждают распечатки с вебсайтов, приложенные к возражению. Товары компании Нансо Груп широко представлены в России и предлагаются к продаже, в том числе, одним из крупнейших ретейлеров модной одежды «Wilberries». Лицо, подавшее возражение, имеет официальный вебсайт <https://www.nansogroup.com/ru>, где приведена краткая история компании и перечень принадлежащих ей брендов. При этом сайт доступен с территории России и полностью локализован для русскоязычных пользователей. Адрес этого вебсайта указан на упаковке товара. Таким образом, потребители, информированные о его наличии, имеют возможность посетить ресурс и ознакомиться с информацией о компании Нансо Груп. Информированность российских потребителей о компании Нансо Груп подтверждается также существованием русскоязычной страницы на «Википедии».

Товары Нансо Груп, маркированные товарным знаком «Vogue», присутствовали на российском рынке, в том числе на дату подачи заявки и на дату регистрации оспариваемого знака, в связи с чем обозначение «Vogue» ассоциируется у потребителей именно с товарами лица, подавшего возражение.

В последние годы популярной практикой стало создание крупными брендами совместных коллекций. Чаще всего такие товары маркируются товарными знаками производителей или их сочетанием. Исходя из того, что концерн правообладатель и

лицо, подавшее возражение, являются производителями однородной продукции, логичным со стороны потребителя было бы воспринимать товары, маркированные товарным знаком «INCANTO VOGUE», как продукцию из совместной коллекции. Однако данный факт не соответствует действительности и является свидетельством того, предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку «INCANTO VOGUE», включающему элемент «Vogue», вводит потребителя в заблуждение относительно производителя товара.

Таким образом, оспариваемый товарный знак «INCANTO VOGUE» вводит потребителей в заблуждение относительно изготовителя товара, поскольку создаёт впечатление, что товары, маркированные данным обозначением, производятся лицом, подавшим возражение, или совместно с ним, что не соответствует действительности. Следовательно, предоставление оспариваемому знаку правовой охраны противоречит подпункту 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса и должно быть признано недействительным полностью

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №560657 недействительным полностью.

К возражению приложены следующие материалы:

- распечатка из открытого реестра товарных знаков и знаков обслуживания в отношении товарного знака № 135705 [1];
- распечатки с вебсайтов:
<https://www.wildberries.ru/catalog/0/search.aspx?search=vogue&sort=popular> ;
<http://shopvarvara.ru/vogue/>; <https://www.nikki.ru/catalog/brands/vogue/>;
<http://e-milia.ru/category/vogue/>;
https://www.supernogki.ru/index.php?manufacturers_id=26;
<http://www.labeli.ru/brands/vogue/>; <http://www.valmari.ru/vogue.html>;
<https://xn--80ajrmkna.xn--p1ai/?view=107085>;
<http://xn--7sbanbn4abh.xgcacp7b.xn-p1ai/?tag=vogue> [2];
- пример упаковки товаров Нансо Групп Ой [3];
- распечатка из открытого реестра о компании Нансо Групп Ой [4];

- выгрузка результатов поиска Интернет-поисковиков Google и Яндекс [5];
- распечатка с вебсайта Wikipedia https://ru.wikipedia.org/wiki/Nanso_Group_Oy [6];
- распечатки отзывов о продукции Нансо Груп Ой на сайтах: <http://irecommend.ru/content/bezuprechnye-kolgotki-foto>; http://otzovik.com/review_4932853.html; http://otzovik.com/review_553386.html [7];
- статьи «Твоё» и «Disney» выпустили совместную коллекцию нижнего белья» // РИА МОДА новости. URL: <http://riamoda.ru/news/news-tvoe-i-disnev-vypustili-sovmestnuiu-koll.html>; «H&M» выпускают совместную коллекцию с «Erdem» // Коммерсант.ru. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3353213>; «Sprandi» и «Тимати» представляют совместную линию одежды на Russian Fashion Week // РИА "ФедералПресс". URL: <http://fedpress.ru/news/russia/a11/520614> [8];
- скриншот сайта с предложением товаров Incanto Vogue к продаже. URL: <http://www.ivan.ru/kolgotki/kolgotki2/chulki-incanto-vogue-2-nero/> [9];
- распечатка сайта Ozon с предложением товаров Incanto Vogue к продаже, url: <http://www.ozon.ru/context/detail/id/136705706/?item=136705189> [10];
- разъяснение правил русского языка об использовании знаков препинания. Раздел «Пунктуация» [11];
- распечатки с вебсайтов «Мультитран», «АКАДЕМИК» с переводом слов «vogue» и «incanto» [12].

Правообладатель в установленном порядке был ознакомлен с возражением и представил отзыв, в котором выразил несогласие с доводами возражения.

В отзыве содержится анализ сходства сравниваемых словесных обозначений по признакам семантического, фонетического и графического сходства:

- согласно данным «Мультитран», словесный элемент «Vogue» переводится с английского языка как «мода; популярность; известность; широкое хождени», с французского языка - как «известность, популярность, мода»; словесный элемент «INCANTO» переводится с итальянского языка как «очарование; волшебство; колдовство; обаяние; чары; прелесть»;

- словесный элемент «Vogue», с учетом его семантического значения («мода, модный, популярный»), является слабым элементом для товаров 25 класса МКТУ,

т.к. характеризует указанные товары как относящиеся к моде, модные, популярные, соответственно, этот словесный элемент часто используется в товарных знаках разных правообладателей, зарегистрированных в отношении разных классов товаров и услуг (см. товарный знак «**DANCE IN VOGUE**», свидетельство №496194, зарегистрировано для товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41 классов МКТУ; товарный знак «**THE NUDE IN VOGUE**», свидетельство №496193 - для товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41 классов МКТУ; товарный знак «**mothers en vogue**», свидетельство №490417 - для товаров 25 класса МКТУ; товарный знак «**V by Vogue**», свидетельство №470383 - для товаров 34 класса МКТУ; товарный знак «**VOGUE SPA**», свидетельство №460061 - для товаров и услуг 09, 16, 38, 41, 42, 43, 44 классов МКТУ; товарный знак «**VOGUE FASHION'S NIGHT OUT**», свидетельство №421876 - для услуг 41 класса МКТУ; товарный знак «**Vogue**», свидетельство №412951 - для товаров 34 класса МКТУ; товарный знак «**MANNER VOGUE**», свидетельство №116692 – для товаров 16 класса МКТУ; товарный знак «**VOGUE**», свидетельство №74379 – для товаров 03 класса МКТУ; товарный знак «**Vogue Arome**», свидетельство №300867 – для товаров 34 класса МКТУ; товарный знак «**VOGUE ДОМ**», свидетельство №232152 – для товаров и услуг 16, 20, 21, 24, 27, 38, 41, 42 классов МКТУ; товарный знак «**VOGUE LIVING**», свидетельство №181229 – для товаров 16 класса МКТУ и другие);

- в товарных знаках (свидетельства №№ 140695, 111831) словесный элемент «**VOGUE**» был исключен из правовой охраны, что также свидетельствует о том, что он является слабым элементом;

- согласно сложившейся практике Роспатента, обозначения со словесным элементом «**VOGUE**» признаются несходными до степени смешения, что подтверждается, в частности, сосуществованием в отношении товаров 25 класса МКТУ не только противопоставленного товарного знака «**Vogue**» и оспариваемого товарного знака «**INCANTO VOGUE**», но также зарегистрированного на имя другого лица товарного знака «**VOGUE FASHION'S NIGHT OUT**» по свидетельству № 6104864;

- в свою очередь правообладатель оспариваемого товарного знака является правообладателем серии товарных знаков, в основу которой положен сильный словесный элемент «**INCANTO**» (см. свидетельства № 506697 «**INCANTO COSMO**», №502942 «**INCANTO ACTIVE BODY**», №297291 «**SENSI INCANTO**», № 296521 «**TEENY INCANTO**», № 289254 «**VERY SEXY INCANTO**», № 284773 «**GUY INCANTO**», №257779 «**INCANTO**» и другие);

- по мнению правообладателя, даже если учитывать слабый элемент, обозначение «**INCANTO VOGUE**» можно перевести как «**МАГИЯ МОДЫ**», «**КОЛДОВСТВО МОДЫ**», «**ВОЛШЕБСТВО МОДЫ**», т.е. в этом случае обозначение является единым семантически связанным словосочетанием, а разные языки использованы для придания обозначению большей оригинальности, при этом смысловое значение словосочетания «**INCANTO VOGUE**» отличается от смыслового значения слова «**VOGUE**»;

- сравниваемые словесные обозначения не являются сходными до степени смешения по фонетическому признаку, поскольку состоят из разного количества слов и состава букв, слогов и звуков, при этом оспариваемое обозначение в 3 раза длиннее по звучанию противопоставленного, и поскольку слово «**INCANTO**» указано в оспариваемом обозначении на первом месте, то именно на него падает фонетическое ударение и основной звуковой акцент;

- сравниваемые словесные обозначения не являются сходными по графическому признаку, так как противопоставленный товарный знак состоит из одного слова, а оспариваемый товарный знак - из двух слов, кроме того обозначения различаются визуально за счет использования строчных и заглавных букв, при этом слово «**INCANTO**», выполненное только из заглавных букв и расположенное в начале обозначения, в первую очередь обращает на себя внимание потребителя;

- в связи с отсутствием сходства до степени смешения между сравниваемыми обозначениями, отсутствует и вероятность введения потребителя в заблуждение, поскольку оспариваемое обозначение не может породить в сознании

потребителя представление об изготовителе товаров, которое не соответствует действительности;

- ссылка лица, подавшего возражение, на то, что оспариваемый товарный знак используется с отдельным или заключенным в скобки написанием слова «VOGUE», не относится к разрешению вопроса о том, способно ли ввести потребителя в заблуждение обозначение в том виде, в каком оно зарегистрировано, а не в различных вариантах использования;

- российский потребитель настолько хорошо знаком с обозначением «INCANTO» для одежды, что какие бы ни были добавлены к нему словесные элементы, тем более такие слабые и характеризующие товар как «VOGUE», что он не может смешивать знаки, включающие слово «INCANTO», ни с какими чужими знаками;

- известность обозначения «VOGUE» в России до даты приоритета оспариваемого товарного материала возражения не доказана: из документов представлены страницы Интернет-сайтов с продукцией «VOGUE», распечатанные 16.08.2017, т.е. гораздо позже даты приоритета, а в представленных статьях нет обозначения.

В отзыве также отмечено, что в связи с отсутствием сходства до степени смешения между сравниваемыми обозначениями «INCANTO VOGUE» и «Vogue», отсутствует угроза введения потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары, опасения лица, подавшего возражение, не обоснованы и заинтересованность в подаче такого возражения также отсутствует.

На основании вышеизложенного правообладатель просит оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №450414.

К отзыву приложены следующие материалы:

- распечатки страниц Интернет-сайта «Мультитран»;
- распечатка сведений из Госреестра по товарному знаку № 257779;
- копии справок о количестве магазинов в России и их распределении по федеральным округам, об объемах продаж;

- документы, подтверждающие деятельность правообладателя по продвижению своих товаров, включая договоры на изготовление печатной продукции от 01.02.2012 и от 28.08.2012 с дополнительными соглашениями, договоры на оказание рекламных услуг и платежные документы, подтверждающие оплату рекламных услуг;

- страницы журналов GRAZIA (28.02.2012г. № 7), COSMOPOLITAN (февраль 2010), АЭРОФЛОТ Style (июнь 2014, июль 2014, август 2014), HELLO (номер 48(547), декабрь 2, 2014);

- материалы из Википедии;

- распечатки страниц Интернет-сайта www.incanto.eu.

На заседании коллегии, которое состоялось 25.01.2018, лицо, подавшее возражение, представило пояснения по мотивам отзыва правообладателя товарного знака по свидетельству №560657, в котором изложена его позиция по поводу фантазийного характера обозначения «**INCANTO VOGUE**» и его семантики, а также о способности этого обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров.

К пояснению приложены следующие материалы:

- статья «Россия стала 39-й из 70 стран по показателю владения английским языком (<https://www.rbc.ru/economics/03/11/2015/563866969a79474acfd69663>);

- распечатки с сайта <https://www.ef.ru/epi/>;

- заключения коллегии палаты по патентным спорам от 28.07.2007 и от 28.09.2009.

Изучив материалы дела и выслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты 14.08.2014 приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента №32 от 05.03.2003, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, регистрационный №4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее — Правила).

В соответствии с пунктом 3(1) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительного товара либо его изготовителя.

Согласно пункту (2.5.1) Правил к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

В соответствии с пунктом 6 (2) статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно пункту (14.4.2) Правил, обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту (14.4.2.2) Правил сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) и определяется на основании признаков, перечисленных в подпунктах (а) - (в) указанного пункта.

Согласно пункту (14.4.2.2)(г) Правил, признаки, перечисленные в подпунктах (а) - (в) указанного пункта, могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 14.4.3 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров,

их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей и другие признаки.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом.

При установлении заинтересованности лица, подавшего возражение, коллегия исходила из того, что основанием для подачи возражения явилось столкновение исключительных прав на товарные знаки, правообладателями которых являются стороны данного спора. Являясь владельцем исключительного права на товарный знак по свидетельству №135705 и производителем товаров 25 класса МКТУ, однородных товарам, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, лицо, подавшее возражение, имеет законный интерес в защите своих прав, в том числе путем подачи возражения против правовой охраны товарного знака, зарегистрированного в отношении однородных товаров. Принимая во внимание указанные обстоятельства, можно сделать вывод о наличии заинтересованности в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №560657.

Как указано выше, оспариваемый товарный знак представляет собой словесное обозначение «**INCANTO VOGUE**», выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Товарный знак охраняется в отношении товаров 25 класса МКТУ **«головные уборы; обувь; одежда, включая: гетры, колготки, муфты для ног не электрические, носки, подвязки, подвязки для носков, подвязки для чулок, пятки для чулок двойные, чулки; чулки, абсорбирующие пот, пояса (белье нижнее), белье нижнее».**

Анализ лексических словарей основных европейских языков показал, что словесные элементы, входящие в состав оспариваемого товарного знака, имеют следующие значения:

слово «**INCANTE**» является лексической единицей итальянского языка и в переводе на русский язык означает – очарование, шарм, прелесть, чары, волшебство, колдовство (см. <https://translate.yandex.ru/?lang=it-ru&text=INCANTO>);

слово «**VOGUE**» является лексической единицей французского и английского языков и в переводе на русский язык означает - мода, популярность, известность (см. <https://translate.yandex.ru/?lang=fr-ru&text=vogue>).

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие его требованиям пункта 6(2) показал следующее.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 135705 представляет собой словесное обозначение «**Vogue**», выполненное стандартным шрифтом строчными буквами латинского алфавита с первой заглавной буквой «**V**».

Товарный знак охраняется в отношении товаров 25 класса МКТУ «**одежда, обувь, головные уборы**».

Оценка сходства оспариваемого товарного знака с противопоставленным знаком производится на основе общего впечатления, формируемого с учетом всех, присутствующих в них словесных элементов.

Сравнительный анализ оспариваемого и противопоставленного товарного знаков показал, что они содержат в своем составе фонетически и семантически тождественный словесный элемент «**VOGUE**», однако указанное обстоятельство не свидетельствует о сходстве сравниваемых знаков до степени смешения в целом, поскольку они имеют существенные отличия, формирующие различное общее впечатление при их визуальном и фонетическом восприятии.

Сравниваемые знаки различаются числом слов, слогов, букв и звуков, кроме того, наличие слова «**INCANTO**», занимающего начальную позицию и в связи с этим акцентирующего на себе внимание потребителя, удлиняет звуковой ряд в целом и, тем самым, усиливает фонетическое различие между знаками.

При сравнении оспариваемого товарного знака с противопоставленным знаком по признакам графического сходства также отмечается визуальное отличие, поскольку общее зрительное впечатление формируется с учетом

присутствия в начальной позиции слова «**INCANTO**», что увеличивает его визуальную длину.

Кроме того, при анализе сравниваемых словесных обозначений учитывается то обстоятельство, что в их состав могут входить как сильные, так и слабые элементы.

Исходя из смыслового значения слова «vogue» (мода, популярность известность), можно сделать вывод о том, что для товаров, связанных с модой, к которым относятся товары 25 класса МКТУ, оно является слабым элементом, часто используемым в товарных знаках, зарегистрированных на имя различных юридических лиц. В отзыве правообладателя приведены ссылки на товарные знаки, в составе которых присутствует этот словесный элемент. Частое использование слова «**VOGUE**» в товарных знаках, зарегистрированных в Российской Федерации на имя различных лиц, ослабляет индивидуализирующую способность этого слова, соответственно основная индивидуализирующая способность знака приходится на слово «**INCANTO**», входящего в оспариваемый товарный знак и занимающего в нем начальную позицию. При этом слово «**INCANTO**» является семантически нейтральным в отношении товаров 25 класса МКТУ, оригинальным и имеет сильную различительную способность. Кроме того, данный словесный элемент положен в основу серии знаков правообладателя.

Таким образом, именно присутствие в оспариваемом товарном знаке словесного элемента «**INCANTO**» формирует в сознании потребителя ассоциативное восприятие, отличное от восприятия словесного товарного знака «**VOGUE**».

Указанные различия свидетельствуют об отсутствии сходства до степени смешения между сравниваемыми товарными знаками.

Анализ товаров 25 класса МКТУ, в отношении которых охраняется оспариваемый товарный знак, и в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак, показал их однородность, которая

определяется их идентичностью (головные уборы; обувь; одежда), а также видовыми позициями, включенными в эти родовые группы товаров.

Резюмируя изложенное, можно сделать вывод, что оспариваемый товарный знак не вызывает сходных ассоциаций с противопоставленным товарным знаком и, следовательно, не может вызвать смешения в сознании потребителя с противопоставленным товарным знаком даже в отношении однородных товаров 25 класса МКТУ.

Таким образом, коллегия не видит оснований для вывода, о том, что регистрация оспариваемого товарного знака противоречит требованиям пункта 6(2) статьи 1483 Кодекса.

В отношении соответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса коллегия установила следующее.

Способность введения в заблуждение оспариваемого товарного знака «**INCANTO VOGUE**» относительно изготовителя товаров 25 класса МКТУ не является очевидной, поскольку оспариваемый товарный знак не содержит в себе каких-либо ложных указаний относительно свойств и характеристик товаров 25 класса МКТУ или их изготовителя.

Сам по себе факт использования обозначения «Vogue» до даты приоритета оспариваемого товарного знака «**INCANTO VOGUE**» лицом, подавшим возражение, не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товара, маркированного оспариваемым товарным знаком. Для такого вывода необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение (и сохранение) у потребителей стойкой ассоциативной связи между товарами 25 класса МКТУ, маркированными оспариваемым товарным знаком, и лицом, подавшим возражение в качестве изготовителя этих товаров.

Между тем материалы, приложенные к возражению, не дают оснований для такого вывода.

Лицо, подавшее возражение, получило исключительное право на товарный знак «Vogue» по свидетельству № 135705 в результате государственной регистрации перехода права 28.01.2013.

Из материалов, приложенных к возражению, следует, что товары, маркированные обозначением «Vogue» (чулочно-носочные изделия), появились на российском рынке не ранее 2012 года. При этом представленные материалы не содержат сведений об объемах реализации, территории и о степени информированности потребителей этих товаров, подтверждающих наличие у них на дату приоритета оспариваемого товарного знака (14.08.2014) стойкой ассоциативной связи между товарами 25 класса МКТУ, маркированными оспариваемым товарным знаком «INCANTO VOGUE», и лицом, подавшим возражение.

Что касается правообладателя оспариваемого товарного знака, то представленные им материалы свидетельствуют о том, что товары 25 класса МКТУ, маркированные товарным знаком «INCANTO», получили широкую известность у российских потребителей. Об известности данного обозначения свидетельствуют длительность и интенсивность его использования на территории Российской Федерации, в частности, объемы продаж, составивших с 38 844 524 руб. в 2005 году до 2 252 704 123 руб. в 2017 году. Первый фирменный магазин INCANTO в России был открыт в 2005 году и, начиная с этого времени, количество магазинов постоянно увеличивалось. В 2014 году (на дату приоритета оспариваемого товарного знака) сеть фирменных магазинов нижнего белья, аксессуаров и одежды, маркированных обозначением «INCANTO», насчитывала 173 магазина. С целью продвижения продукции под знаком INCANTO регулярно проводились рекламные кампании, что свидетельствует об известности данного обозначения на территории Российской Федерации и формировании у потребителя устойчивой ассоциативной связи этого обозначения именно с правообладателем.

Таким образом, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса, не подтвержден материалами возражения.

По окончании рассмотрения от лица, подавшего возражение, 30.01.2018 поступило Особое мнение, доводы которого сводятся к анализу аргументов, изложенных правообладателем по мотивам возражения, а также сведения относительно известности продукции лица, подавшего возражение, российскому потребителю. К Особому мнению приложены следующие материалы:

- рекламный буклет, содержащий информацию об этапах развития обозначения «Vogue» («Vogue» - стратегия бренда);
- каталоги продукции «Vogue» за 2011 - 2015 гг.;
- перечень магазинов, в которых реализуется продукция «Vogue»;
- распечатки из интернет-архива WaybackMachine;
- Савельев А.И. «Использование материалов интернет-архива Wayback Machine в качестве доказательства в арбитражном процессе»;
- распечатка из интернет-энциклопедии «Википедия» по запросу Vogue (танец).

По существу доводов, изложенных в особом мнении, коллегия отмечает, что они рассмотрены в настоящем заключении и не требуют дополнительного анализа.

Что касается материалов, приложенных к пояснению по мотивам отзыва правообладателя и к Особому мнению, то коллегия отмечает, что согласно положениям пункта 2.5 Правил ППС при рассмотрении возражений против предоставления правовой охраны товарным знакам в случае поступления дополнительных материалов к возражению проверяется, не изменяют ли они мотивы, приведенные в подтверждение наличия оснований для признания предоставления правовой охраны недействительной частично или полностью. Дополнительные материалы считаются изменяющими упомянутые мотивы, если приведены отсутствующие в возражение источники информации, кроме общедоступных словарно-справочных изданий.

Поскольку представленные материалы не относятся к общедоступным словарно-справочным изданиям, то они не могут быть учтены в рамках рассмотрения настоящего возражения.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 26.09.2017, и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №560657.