

Приложение
к решению Федеральной службы по интеллектуальной
собственности

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом от 12 марта 2014 г. N 35-ФЗ "О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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, поступившее 21.03.2023, поданное компанией ООО «БИАСТРА», г. Красноярск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022722972, при этом установила следующее.

ЛИЦО БРЕНДА

Обозначение « » по заявке

№2022722972, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 12.04.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 15.09.2022 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено, что учитывая семантическое значение словесных элементов заявленного обозначения «ЛИЦО БРЕНДА» (Персона,

рекламирующая товар или услугу, имя которого прочно ассоциируется с этим товаром (услугой), См. Интернет <https://advesti.ru/glossary/desk/1845>, <https://www.unisender.com/ru/glossary/ambassador-brenda/>, <https://ria.ru/20211109/ambassador-1758243037.html>, <https://marketproject.ru/glossary/lr>, https://www.perfekt.ru/dictionaries/rekl/s_eng.html и др.), а также перечень заявленных услуг, связанных с рекламой, продажей, продвижением товаров и услуг, бизнес-услугами, обучением, услугами в области развлечений и т.п. (например, услуги 35 класса МКТУ «консультации по вопросам организации и управления бизнесом; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; маркетинг; организация показов мод в рекламных целях; реклама; реклама наружная; реклама телевизионная; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; продвижение продаж для третьих лиц и т.д»; услуги 41 класса МКТУ «организация и проведение конференций; развлечения; организация и проведение мастер-классов [обучение]; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; организация и проведение спортивных мероприятий; организация показов мод в развлекательных целях; обучение практическим навыкам [демонстрация], предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; производство фильмов, за исключением рекламных; шоу-программы; фотопортажи и т.д»), обозначение «ЛИЦО БРЕНДА» не воспринимается как фантастичное, поскольку не обладает различительной способностью, представляет собой термин, широко используемый различными лицами в области деятельности заявителя (См. Интернет <https://vc.ru/design/104024-lica-uspeshnyh-brendov>, <https://www.ivetta.ua/mirovye-zvezdy-stavshie-litsom-izvestnyh-brendov/>, <https://businessman.ru/post/litsa-mirovogo-brenda-znamenitosti-kotoryie-zarabatyivayut-millionyi-na-reklame.html> и др.).

Поскольку заявленное обозначение состоит только из неохраняемых элементов, оно в целом не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для заявленных услуг на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Сведений о приобретении заявленным обозначением различительной способности благодаря

использованию в своей коммерческой деятельности заявителем в материалы дела не представлено.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- заявитель считает, что эксперт не предоставил никаких доказательств относительно отсутствия различительной способности как таковой, указав лишь на наличие оснований полагать, что заявленное обозначение является термином, широко используемым различными лицами в области деятельности заявителя, при этом, указанные в решении Роспатента материалы являются информационными статьями, а вовсе не примерами применения словосочетания «ЛИЦО БРЕНДА» профессиональными участниками рынка, оказывающими услуги из числа заявленных услуг 35 и 41 классов МКТУ;

- выражение «ЛИЦО БРЕНДА» не применяется в буквальном значении. В соответствии с толковым словарем (Ожегов С.И. и Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/ Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – М., 1997 – С.329) буквальными значениями слова «лицо» являются: 1) передняя часть головы; 2) индивидуальный облик, отличительные черты (переносное значение); 3) человек, личность; 4) наружная, передняя, верхняя часть предмета; 5) грамматическая категория, показывающая отнесенность к говорящему. Таким образом, буквальное значение слова «лицо» не применимо к слову «брэнд», не соотносится с ним в общеупотребимом применении. Иными словами, выражение «ЛИЦО БРЕНДА» является стилистическим приемом (метафорой), устоявшимся в журналистской работе, характерным именно для этой специфической сферы, для своего понимания потребителем требует домысливания и дополнительных рассуждений. В этой связи, оно не может быть признано описательным и неохраноспособным.

С учетом приведенных в возражении доводов заявитель просит отменить решение Роспатента от 15.09.2022 и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2022722972 в качестве товарного знака в отношении всех заявленных услуг 35, 41 классов МКТУ.

К возражению приложены скриншоты сайтов, указанных в оспариваемом решении Роспатента [1].

На заседании коллегии, состоявшемся 25.05.2023, коллегий были дополнены материалы дела новыми источниками информации. К протоколу заседания были приложены: словарная статья о значении слов «лицо бренда» [2], сведения об ином лице (Элеонора Шибулина), использующем обозначение «лицо бренда» в качестве индивидуализации модельного кастинг-проекта [3].

Заявитель ознакомился с вышеуказанными сведениями и 19.06.2023 года представил письмо-согласие от Элеоноры Шибулиной на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении всего заявленного перечня услуг 35, 41 классов МКТУ [4].

Изучив материалы дела, и заслушав участавших в рассмотрении возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (12.04.2022) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охранных способностей заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью, в частности, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

Согласно пункту 35 Правил, вышеуказанные элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохранимые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

Согласно подпункту 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые приобрели различительную способность в результате их использования.

Для доказательства приобретения различительной способности, предусмотренной пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявлении обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Заявленное обозначение является словесным «**ЛИЦО БРЕНДА**», выполненным стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении услуг 35, 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Согласно словарно-справочным источникам информации [2] (см. <https://academic.ru/>) слова «лицо бренда» имеют следующее значение - персона,

рекламирующая товар или услугу, имя которого прочно ассоциируется с этим товаром (услугой).

В решении Роспатента были указаны, в том числе, следующие источники информации <https://ria.ru/20211109/ambassador-1758243037.html> (опубликована до даты приоритета рассматриваемой заявки) – статья с сайта «РИА НОВОСТИ», в которой указано, что «лицо бренда» - это приглашенная для рекламы продукции знаменитость, которая представляет товар фирмы на мероприятиях, перед которой поставлена задача привлечь аудиторию к продукту компании.

Сведения размещенные на сайтах

<https://www.unisender.com/ru/glossary/ambassador-brenda/>;

https://www.perfekt.ru/dictionaries/rekl/s_eng.html; <https://marketproject.ru/glossary/lr>

(опубликовано по меньшей мере 29.10.2016, согласно сведениям сервиса Wayback Machine - <https://web.archive.org/>) также содержат дефиницию термина «лицо бренда» и указывают на область применения - реклама и маркетинг.

На сайтах <https://www.ivetta.ua/mirovye-zvezdy-stavshie-litsom-izvestnyh-brendov/> и <https://businessman.ru/post/litsa-mirovogo-brenda-znamenitosti-kotoryie-zarabatyvayut-millionyi-na-reklame.html> представлены сведения о мировых звездах, ставших лицом известных брендов, например, известные голливудские актрисы Натали Портман, Дженифер Лоуренс, Шарлиз Терон на протяжении многих лет представляют модный дом «Dior», R&B-исполнительница Бейонсе представляет рекламную компанию «Pepsi», почти 15 лет знаменитый актер Джордж Клуни является лицом кофейного бренда «Nespresso», известный футболист Дэвид Бекхэм рекламирует продукцию компании «Adidas».

Коллегией было принято во внимание представленное письмо-согласие [4], вместе с тем, коллегия отмечает, что на сайте лицобренда.рф [3] заявленное обозначение используется для маркировки кастинг-проекта по отбору моделей в качестве представителей различных рекламных кампаний.

Учитывая вышеизложенную информацию, а также семантическое значение, коллегия приходит к выводу о том, что обозначение «лицо бренда» использовалось различными лицами до даты приоритета, а также является термином в сфере рекламы

и маркетинга, который может быть использован для привлечения внимания к товарам или услугам, а также в качестве бизнес приема по отбору медийных личностей для вовлечения в рекламные кампании по продвижению товаров и услуг.

Анализ испрашиваемых к регистрации услуг показал что, часть услуг 35 класса МКТУ, связанных с продвижением, рекламой и доведением продукции до конечного потребителя, а именно: «*агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; агентства по коммерческой информации; оценка коммерческой деятельности; исследования конъюнктурные; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; проведение коммерческих мероприятий; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий;*

продвижение товаров через лидеров мнений; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; управление потребительской лояльностью; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиши; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг».

В рамках бизнес услуг 35 класса МКТУ, а именно: «исследования в области бизнеса; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; подготовка исследований рентабельности бизнеса; помощь в управлении бизнесом; менеджмент спортивный; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги

экспертные по повышению эффективности бизнеса», могут быть реализованы проекты по повышению интереса к продукту.

К услугам кадровых агентств, а именно: «бюро по найму; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению персоналом; написание резюме для третьих лиц» могут относиться, например, содействие по отбору кандидатов для вовлечения в рекламные кампании.

Услуги связанные с систематизацией, сбором, распространением информации, касающейся, в том числе, продвижения товара/услуги, а именно: «ведение автоматизированных баз данных; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных», могут включать в себя информацию о рекламных кампаниях и медийных личностях.

Следует также отметить, что часть услуг 41 класса МКТУ «академии [обучение]; исследования в области образования; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов невиртуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; переподготовка профессиональная; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; проведение экзаменов; производство подкастов; производство фильмов, за исключением рекламных; услуги медиатек; макетирование публикаций, за исключением рекламных; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная

книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; сертификация образовательных услуг, а именно предоставления обучения и образовательного экзамена; создание фильмов, за исключением рекламных; тьюторинг; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; издание книг; предоставление музыкальных файлов онлайн, незагружаемых; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»», представляют собой образовательные услуги или создание/распространение обучающих видео/информации, тематикой которых, в свою очередь, может быть обучение маркетинговым приемам, направленных на привлечение внимания к продукции, а также подготовка профессиональных моделей для представительства бренда/компании.

Услуги 41 класса МКТУ «организация балов; услуги артистов; услуги в области электронного спорта; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение концертов; организация и проведение спортивных мероприятий; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; организация костюмированных представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; организация развлекательных мероприятий; организация соревнований по электронным видам спорта; организация спектаклей [услуги импресарио]; организация спортивных состязаний; передачи развлекательные телевизионные; постановка шоу; представление цирковых спектаклей; представления варьете; представления мюзик-холлов; представления театрализованные; представления театральные; презентация музеиных выставок; проведение развлекательных мероприятий; проведение туров с восхождением; организация лотерей; услуги культурные, образовательные или развлекательные, предоставляемые художественными галереями; услуги моделей для художников; шоу-программы; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или

культурных целях» могут быть частью рекламной кампании, направленной на продвижение того или иного бренда/продукции.

Вышеизложенное позволяет коллегии прийти к выводу о том, что обозначение «ЛИЦО БРЕНДА» в отношении вышеуказанных услуг 35 и 41 классов МКТУ способно восприниматься как их прямая характеристика, указывающая на назначение этих услуг, сферу их применения, не обладает различительной способностью, не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Неохраноспособное обозначение является единственным и доминирующим элементом обозначения. Сведений о приобретении заявленным обозначением различительной способности в отношении испрашиваемых услуг, благодаря деятельности заявителя, в материалы дела не представлено.

По отношению к остальным испрашиваемым услугам 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; обзоры печати; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; подготовка платежных документов; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; посредничество коммерческое; предоставление информации телефонных справочников; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; регистрация данных и письменных сообщений; сбор и предоставление статистических данных; сведения о деловых операциях; службы административные по медицинским направлениям; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование

деловых контрактов для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; услуги административные по переезду предприятий; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования», а также услуг 41 класса МКТУ «аренда комнатных аквариумов; аренда произведений искусства; аренда реквизита для киносъемок; аренда спортивных площадок; аренда теннисных кортов; библиотеки передвижные; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; воспитание физическое; выпуск музыкальной продукции; дискотеки; дрессировка животных; дублирование; квест комнаты [развлечения]; кинопрокат; киностудии; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; клубы-кафе ночные [развлечения]; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование телевизионных и радиопрограмм; написание телевизионных и киносценариев; образование музыкальное; образование религиозное; обучение айкидо; обучение гимнастике; обучение дзюдо; организация досуга; парки аттракционов; перевод с языка жестов; перевод устный; передача знаний и ноу-хау в сфере бизнеса [обучение]; передача ноу-хау [обучение]; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление музейного оборудования;

предоставление полей для гольфа; предоставление спортивного оборудования; предоставление услуг игровых залов; предоставление услуг кинозалов; проведение фитнес-классов; прокат аудиооборудования; прокат видеокамер; прокат видеомагнитофонов; прокат видеофильмов; прокат декораций для шоу-программ; прокат звукозаписей; прокат игрушек; прокат кинематографического оборудования; прокат кинофильмов; прокат оборудования для игр; прокат оборудования стадионов; прокат осветительной аппаратуры для театров или телестудий; прокат радио- и телевизионных приемников; прокат снаряжения для подводного погружения; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; прокат театральных декораций; прокат тренажеров; прокат устройств для чтения электронных книг; радиопередачи развлекательные; развлечения; редактирование текстов; садо [обучение японской чайной церемонии]; сады зоологические; служба новостей; составление программ встреч [развлечения]; сочинение музыки; субтитрование; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги в области азартных игр; услуги видеомонтажа мероприятий; услуги видеосъемки с помощью дронов; услуги гидов; услуги диск-жокеев; услуги звукорежиссеров для мероприятий; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги игротек; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги казино [игры]; услуги каллиграфов; услуги караоке; услуги композиторов; услуги оркестров; услуги переводчиков; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по оценке физического состояния для тренировок; услуги по раскрашиванию лица; услуги по распространению билетов [развлечения]; услуги проведения квалификационных экзаменов по пилотированию дронов; услуги светотехников для мероприятий; услуги спортивных лагерей; услуги студий записи; услуги фотографирования с помощью дронов; учреждения дошкольные [воспитание]; фотографирование; фоторепортажи; хронометраж спортивных состязаний; школы-интернаты» заявленное обозначение носит фантастический характер ввиду неправдоподобных ассоциаций связанных с семантикой заявленного обозначения, в связи с чем, абсолютное большинство потребителей, обладающих определенным жизненным опытом, не способно поверить в то, что обозначение

«ЛИЦО БРЕНДА» указывает на назначение вышеприведенных услуг. Таким образом, в отношении вышеперечисленных услуг 35 и 41 классов МКТУ заявленное обозначение соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса и ему может быть предоставлена правовая охрана.

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

удовлетворить возражение, поступившее 21.03.2023, отменить решение Роспатента от 15.09.2022 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022722972.