

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее - Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 01.07.2025, поданное Милерюс Марией Владимировной, Тверская область, г.о. Вышневолоцкий, г. Вышний Волочек (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024783741, при этом установила следующее.

Обозначение «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» по заявке №2024783741 подано на регистрацию 30.07.2024 на имя заявителя в отношении товаров 09, 16 и услуг 35, 38, 41, 42, 44 классов МКТУ, указанных в перечне.

Роспатентом 07.04.2025 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024783741 в отношении всех заявленных товаров и услуг.

Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду его несоответствия требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что заявленное обозначение «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» может восприниматься как неблагозвучная завуалированная форма слова, включающая в себя корень «МАРГИНАЛ» (кто не признает общепринятых моральных норм и правил поведения; человек, чье поведение или положение в социуме не соответствует устоявшимся нормам в обществе, см. Интернет-словари <https://academic.ru/searchall.php?SWord=МАРГИНАЛ&from=ru&to=xx&did=&styp e=0;>

<https://kartaslov.ru/карта-слова/толкование/маргинал;>

[https://gramota.ru/poisk?query=маргинал&mode=slovari&dicts\[\]=42;](https://gramota.ru/poisk?query=маргинал&mode=slovari&dicts[]=42;)

[https://ozhegov.textologia.ru/definit/marginal/?q=742&n=206114\).](https://ozhegov.textologia.ru/definit/marginal/?q=742&n=206114)

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, поскольку такая регистрация может быть признана противоречащей общественным интересам на основании подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 01.07.2025 поступило возражение, в котором заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, доводы которого сводятся к следующему:

- заявленное обозначение «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» представляет собой фантазийное слово, образованное путём объединения двух лексем: «бьюти» — заимствованное слово из английского языка (beauty), обозначающее сферу красоты, ухода за собой, косметики; «маргиналия» — термин, происходящий от лат. marginalis, обозначающий заметки, рисунки, комментарии на полях рукописей или печатных текстов. Это слово широко применяется в литературоведении, книжной культуре, исторических исследованиях;

- заявленное обозначение «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» не относится к слову «маргинал», а связано со словом «маргиналия». Слова «маргинал» и «маргиналия» имеют разные значения и используются в различных контекстах;

- термин «маргиналия» обладает устойчивым культурным и литературоведческим значением и широко используется в научной, творческой и издательской среде;

- поисковая проверка в популярных системах «Яндекс» и «Google» по запросу «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» показала, что указанное слово отсутствует в открытых источниках. Это свидетельствует о том, что обозначение не зафиксировано как существующая лексическая единица и не имеет установленного общеупотребительного значения;

- обозначение «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» применяется заявителем с 20 декабря 2017 года как наименование авторского Telegram-канала (t.me/beautymarginalia);

- в решении экспертизы не указаны объекты или категории, чьим интересам, нравственности или гуманности нанесён вред;

- само обозначение не содержит непристойных, провокационных или оскорбительных элементов, воспринимается нейтрально, как креативный бренд в рамках сферы бьюти-блогинга.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024783741 в отношении товаров и услуг 09, 16, 35, 38, 41, 42, 44 классов МКТУ.

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

С учетом даты (30.07.2024) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности 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 2015г. №482 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о противоречии обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии.

Перечень обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали, и не подлежащих регистрации в качестве товарных знаков, не является исчерпывающим и носит исключительно обобщающий характер.

Заявленное обозначение «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» является словесным, выполненным стандартным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 09, 16 и услуг 35, 38, 41, 42, 44 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» состоит из двух словесных частей «БЬЮТИ», «МАРГИНАЛИЯ», где слово «МАРГИНАЛИЯ» означает (от лат. *margo* — край) — записи, пометки, комментарии или рисунки, сделанные на полях рукописи или печатной книги. Они могут содержать мысли читателя, уточнения к тексту, критику или даже шуточные изображения, часто помогая исследователям понять эпоху или отношение к произведению, см. <https://gramota.ru/meta/marginaliya>, <https://ru.wikipedia.org/>, <https://sl.ceur.ru>, Издательский словарь-справочник. — М.: ОЛМА-Пресс. Мильчин А.Э.. 2003.

Таким образом, элемент «МАРГИНАЛИЯ» означает заметки, вопросы, ссылки, рисунки или даже вынесенные на поля заголовки в печатных изданиях.

При этом, средневековые маргиналии часто являются уникальными образцами искусства или юмора, описывающими повседневную жизнь.

В средневековой историографии отметки на полях рукописей могли использоваться вместо ссылок. Первым стал использовать их ещё в эпоху Каролингов архиепископ Реймский Гинкмар. В XII веке английский хронист Радульф де Дисето разработал для своего «Сокращения хроник» целую систему из двенадцати подобных символических значков, сведя их в помещённую в предисловии таблицу, см. <https://ru.wikipedia.org/>, Исторический словарь галлицизмов русского языка. - М.: Словарное издательство ЭТС.

Таким образом, словесный элемент «МАРГИНАЛИЯ» имеет прямое значение, и какие-либо иные значения данного элемента являются домысливанием.

Кроме того, коллегия отмечает, что заявленное обозначение содержит в себе словесную часть «БЬЮТИ», которая является заимствованным словом английского языка (от англ. beauty — красота), используется в русском языке как первая часть сложных слов (<https://gramota.ru> > ответы справочной службы), обозначает отношение к индустрии красоты, в виду чего слово «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» может восприниматься в значении «записки о красоте» или «красивые записи».

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что словесный элемент «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» заявленного обозначения не относится к сленговым словам и не может вызывать устойчивых, негативных ассоциаций, связанных с отчуждением от общепринятых норм, в связи с чем, не противоречит общественным интересам, принципам гуманности и морали.

В этой связи, коллегия отмечает, что в отношении заявленных товаров 09, 16 и услуг 35, 38, 41, 42, 44 классов МКТУ словесный элемент «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» может порождать в сознании потребителей различные

образы и ассоциации, то есть будет являться фантазийным, ввиду чего заявленное обозначение не нарушает положения пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

С учетом изложенного, коллегия полагает, что заявленное обозначение «БЬЮТИМАРГИНАЛИЯ» по заявке №2024783741 удовлетворяет требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 01.07.2025, отменить решение Роспатента от 07.04.2025, зарегистрировать товарный знак по заявке №2024783741.