

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
коллегии по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утверждёнными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 05.06.2023 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 826318, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ИФБ», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Регистрация товарного знака **BZOND BAR** «*couture*» с приоритетом от 24.12.2020 по заявке № 2020774490 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 26.08.2021 за № 826318. Товарный знак зарегистрирован на имя Общества с ограниченной ответственностью «Юникосметик», Санкт-Петербург (далее – правообладатель), в отношении товаров *«бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; кондиционеры для волос; красители косметические; кремы косметические; лаки для волос; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; маски косметические; масла косметические; масла туалетные; наборы косметические; препараты для обесцвечивания; препараты для удаления красок; средства для окрашивания волос; средства косметические; шампуни; спреи для волос»* 03 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ).

В возражении, поступившем 05.06.2023, выражено мнение лица, его подавшего, о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 826318 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 1 и 3 статьи 1483 Кодекса, а также не соответствует положениям законодательства о защите конкуренции и добросовестности участников гражданских правоотношений.

Возражение основано на доводах о том, что словесный элемент «BLOND BAR» был известен потребителям на дату приоритета оспариваемого товарного знака в качестве обозначения, используемого при маркировке товаров лица, подавшего возражение, выпускаемых под линейкой «КАРОУС» / «КАПУС» (лицо, подавшее возражение, является лицензиатом в отношении использования товарных

Karous
знаков « **Капус** » и « **КАРОУС** » по свидетельствам №№ 240139, 866825). Обозначение «BLOND BAR» использовалось в качестве наименования линейки товаров, индивидуализируемых товарными знаками «КАРОУС» / «КАПУС» и предназначенных для ухода за светлыми волосами.

В возражении приведены сведения о разработке линейки продукции «BLOND BAR» в 2016 году, о значительности объёма введения её в гражданский оборот, о продвижении соответствующей продукции в журналах, на выставках, фестивалях и в сети Интернет. В частности, лицом, подавшим возражение, организован информационно-аналитический обзор рынка, результат которого представлен в форме заключения № 71-2023 от 24.05.2023, подготовленного Лабораторией социологической экспертизы ФНИСЦ РАН (далее – заключение ФНИСЦ РАН от 24.05.2023).

По мнению обратившегося с возражением лица, достигнутая к 24.12.2020 известность его продукции обуславливает вывод о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку элемент «BLOND BAR» оспариваемого товарного знака способен порождать представление о том, что именно ООО «ИФБ» являлось изготовителем товаров широкого потребления, для маркировки которых этот знак зарегистрирован.

Одновременно факт регистрации товарного знака, несмотря на то обстоятельство, что лицо, подавшее возражение, использовало обозначение «BLOND BAR» в своей деятельности, рассматривается обратившимся с возражением лицом в качестве акта недобросовестной конкуренции и злоупотребления правообладателем правом.

В возражении обращено внимание на доминирующее значение в составе товарного знака по свидетельству № 826318 спорного элемента, который не соответствует условиям охраноспособности в качестве товарного знака, так как характеризует товары оспариваемой регистрации и является обозначением, вошедшим во всеобщее употребление в качестве обозначения товаров определённого вида. В частности, в возражении поясняется, что любая линейка красок для волос включает цвет «BLOND», и это слово используется для описания цвета, в который окрашиваются волосы (*«красители косметические; препараты для обесцвечивания; средства для окрашивания волос»*), или описания свойств и назначения товаров как направленных на применение к волосам соответствующего цвета (*«бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; кондиционеры для волос; лаки для волос; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; маски косметические; масла косметические; масла туалетные; наборы косметические; средства косметические; шампуни; спреи для волос»*), в то время как слово «BAR» не акцентирует на себе внимание, является указанием на форму товара, так как означает «слиток, плитка, брусок».

Лицо, подавшее возражение, отмечает, что использование слова «BLOND», характеризующего товары оспариваемой регистрации, по отношению к таким товарам, которые не могут быть отнесены к какому-либо цвету или типу волос, кожи, является ложным или способным ввести потребителей в заблуждение относительно товаров (их свойств и назначения). Например, в возражении указывается на очевидный негативный эффект при ошибке потребителя в выборе товара, предназначенного для окрашивания.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству

№ 826318 недействительным в отношении всех товаров 03 класса МКТУ, указанных в свидетельстве.

Лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

- (1) документы об испытаниях и о соответствии продукции требованиям безопасности, 2017, 2018, 2019, 2020 гг.;
- (2) фотографии продукции;
- (3) копии договоров от 26.12.2017, 14.11.2017, 25.12.2017, 21.08.2018, 07.03.2018 о размещении рекламных материалов, копии публикаций;
- (4) копии договоров от 15.05.2017, 14.09.2017, 10.10.2018, 16.05.2018, 31.05.2018 об участии в выставках, фотографии;
- (5) копии универсальных передаточных документов о поставках товаров, 2017, 2018, 2019, 2020 гг.;
- (6) данные поисковых запросов, 2017-2022 гг.;
- (7) заключение ФНИСЦ РАН от 24.05.2023.

Правообладатель, в установленном порядке ознакомленный с поступившим возражением, представил отзыв по мотивам возражения, в котором выразил своё несогласие с его доводами.

Правообладатель сообщил о том, что направил в адрес обратившегося с возражением лица претензию о нарушении исключительного права на оспариваемый товарный знак, а затем подал исковое заявление в Арбитражный суд города Москвы, где рассматривается дело № А40-24156/2023 в отношении правомерности использования обозначения «BLOND BAR» лицом, подавшим возражение.

При этом в отзыве обращено внимание на то, что правообладатель начал использовать спорное обозначение в июне 2017 г., то есть ранее, чем были представлены в продаже и в рекламе товары лица, подавшего возражение (сентябрь 2017 г.).

Также правообладатель отмечает, что представленные с возражением материалы свидетельствуют о поставке товаров лишь одному лицу в объёме 14116 единиц товаров, что существенно меньше объёма поставок товаров

правообладателем, в связи с чем невозможно сделать вывод о том, что у потребителей возникла ассоциативная связь обозначения «BLOND BAR» именно с лицом, подавшим возражение. Напротив, оспариваемый товарный знак имеет устойчивую ассоциативную связь с правообладателем.

Кроме того, правообладатель отметил, что степень известности его продукции с использованием маркировки «BLOND BAR» превышает степень известности потребителям аналогичной продукции лица, подавшего возражение.

В своём отзыве правообладатель привёл сведения о том, что спорный элемент «BLOND BAR» является «цельным» словосочетанием, переводится как «Блондинка бар», имеет для потребителя устойчивый характер, вследствие чего является фантазийным по отношению ко всем товарам оспариваемой регистрации. При этом правообладатель обратил внимание на судебную практику по вопросу оценки смыслового значения слов, выполненных в латинице (Постановления Президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.01.2019 по делу № СИП-710/2017, решения Суда по интеллектуальным правам от 10.07.2023 по делу № СИП-211/2023, от 11.04.2019 по делу № СИП-98/2019).

Также правообладатель считает, что словесный элемент «COUTURE» оспариваемого товарного знака, хотя и выполнен мелким шрифтом, но хорошо различим на упаковке товаров, является важным его элементом, поскольку связывает между собой линейки продукции правообладателя (в продолжение товарных знаков «**ESTEL Haute Couture**» и «**ESTEL Haute Couture**» по свидетельствам №№ 482446 и 524572).

Одновременно в отзыве отмечается противоречивость позиции лица, подавшего возражение, по вопросу сходства оспариваемого товарного знака и используемого обратившимся с возражением лицом обозначения, что следует из аргументации стороны, представленной в рамках судебного и административного делопроизводств.

На основании изложенного правообладатель просил отказать в удовлетворении возражения и оставить правовую охрану товарного знака по

свидетельству № 826318 в силе в отношении всех товаров, для которых товарный знак зарегистрирован.

Правообладателем представлены следующие материалы:

(8) документы об испытаниях продукции и о соответствии продукции требованиям безопасности, 2017 г.;

(9) сведения о публикациях в сети Интернет, в том числе в социальных сетях;

(10) копии универсальных передаточных документов о поставках товаров, 2017, 2018, 2019, 2020 гг.;

(11) выдержка сведений бухгалтерской отчетности лица, подавшего возражение;

(12) архивные копии страниц сайта <http://www.estel.pro>, 2017, 2018 гг.;

(13) скриншот публикации видеопортала, 2017 г.;

(14) копии страниц Большого толкового словаря русского языка;

(15) копия ответа лица, подавшего возражение, на исковое заявление, поданное правообладателем в Арбитражный суд города Москвы.

В связи с отзывом правообладателя, лицом, подавшим возражение, представлены письменные пояснения, в которых отмечается, что документы лица, подавшего возражение, в отношении качества продукции имеют более раннюю дату, чем аналогичные документы правообладателя.

Также в пояснениях обращено внимание на достаточность имеющихся в деле сведений о присутствии товаров лица, подавшего возражение, на рынке и об их известности потребителям. При этом неверно разделять потребителей на «профессионалов» и «обычных потребителей», учитывая то, что «профессионалы индустрии красоты» являются посетителями профессиональных выставок, способствуют намного большему распространению товаров, чем простые посетители (информация об охвате выставок: <https://expomap.ru/expo/intercharm-professional-2017/> – 52000 специалистов).

Лицом, подавшим возражение, сообщается о том, что представление всех данных о введении им товаров в оборот не соответствует рискам, которые несёт

ООО «ИФБ», относительно потенциального ущерба от действий правообладателя, поскольку данные об объеме продаж могут использоваться им для обоснования увеличения исковых требований в судебном споре.

По мнению лица, подавшего возражение, потребитель, вводя слово «blondbar» в поисковую строку, видит как товары правообладателя, так и товары лица, подавшего возражение.

Относительно различительной способности спорного товарного знака в пояснениях обращено внимание на то, что правообладатель указывает на перевод, не приводя источника такого перевода, толкуя слово «bar» исходя из его транслитерации. По мнению обратившегося с возражением лица, обозначение «BLOND BAR» не может выполнять свою индивидуализирующую функцию в силу того, что потребитель не может ассоциировать его с конкретным производителем, или с товаром конкретного производителя (невысокая различительная способность данного обозначения стала ещё меньше за счёт использования двумя крупными производителями на рынке).

Правообладатель, в свою очередь, также представил письменные дополнения, в которых отмечается, что география продаж товаров правообладателем включает такие города и регионы как Калининград, Москва, Санкт-Петербург, Пермь, Волгоградская область, Республика Татарстан, Екатеринбург, Республика Коми, Свердловская область, Тольятти, Ямало-Ненецкий Автономный округ, Ставропольский край, Хабаровск, Челябинская область, Республика Крым, Барнаул, Чувашская Республика, Удмуртская Республика и другие, что подтверждается дополнительно представляемыми копиями универсальных передаточных документов.

Дополнительно правообладателем представлены следующие материалы:

(16) копии товарных накладных и универсальных передаточных документов о поставках товаров, 2017, 2018, 2019, 2020 гг.;

(17) копии аудиторских заключений от 28.05.2021, 07.07.2020, 29.03.2019, 05.04.2018 в отношении годовых отчетностей правообладателя;

(18) справка в форме таблицы с расшифровкой данных о поставках товаров за период с 01.01.2019 по 31.12.2019;

(19) упаковки товаров правообладателя и образцы продукции.

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

С учётом даты (24.12.2020) подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый 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 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;

2) являющихся общепринятыми символами и терминами;

3) 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;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нём доминирующего положения.

В соответствии с пунктом 1¹ статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

1) приобрели различительную способность в результате их использования;

2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 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 относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

BLOND BAR

Оспариваемый товарный знак «**couture**» по свидетельству № 826318 является комбинированным, представлен в виде доминирующего словесного элемента «BLOND BAR» и небольшого по размеру слова «COUTURE», которые выполнены оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита и расположены на двух строках. Правовая охрана оспариваемому товарному знаку была предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ – *«бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; кондиционеры для волос; красители косметические; кремы косметические; лаки для волос; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; маски косметические; масла косметические; масла туалетные; наборы косметические; препараты для обесцвечивания; препараты для удаления красок; средства для окрашивания волос; средства косметические; шампуни; спреи для волос».*

В соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Действующее законодательство не содержит расшифровки понятия заинтересованного лица, но при этом не содержит ограничений по видам заинтересованности.

Основным видом деятельности лица, подавшего возражение, является торговля оптовая парфюмерными и косметическими товарами.

Согласно представленным с возражением документам о соответствии продукции требованиям безопасности (1) и о поставках товаров (5), обратившееся с возражением лицо осуществляет деятельность по продаже парфюмерных и косметических товаров с использованием обозначения «BLOND BAR», воспроизводящего доминирующий элемент оспариваемого товарного знака. Названная деятельность однородна товарам 03 класса МКТУ, указанным в перечне оспариваемой регистрации, так как относится к парфюмерным и косметическим товарам.

Представленные правообладателем сведения иллюстрируют спорные правоотношения лица, подавшего возражение, и правообладателя, инициированные в связи с использованием лицом, подавшим возражение обозначения «BLOND BAR» (дело № А40-24156/2023).

Важно отметить, что в данном случае правовая охрана товарного знака по свидетельству № 826318 оспаривается по основаниям, в соответствии с которыми не допускается регистрация товарных знаков, не обладающих различительной способностью, вошедших во всеобщее употребление, характеризующих товары, в отношении которых произведена такая регистрация, вводящих потребителей в заблуждение, что означает необходимость применения обозначения различными субъектами предпринимательской деятельности и / или нарушение прав неограниченного круга лиц – потребителей.

Названные обстоятельства в своей совокупности свидетельствуют о достаточности имеющихся сведений для признания заинтересованности лица, подавшего возражение, в оспаривании предоставления правовой охраны товарного знака по свидетельству № 826318, что не означает признания убедительности доводов возражения по существу о несоответствии спорной регистрации указанным в возражении положениям законодательства. Заинтересованность лица, подавшего возражение, правообладателем под сомнение не ставилась.

По возражениям против предоставления правовой охраны товарному знаку основания для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку определяются исходя из законодательства, действовавшего на дату подачи заявки в Роспатент (см. пункт 27 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»). Следовательно, соответствие оспариваемого товарного знака требованиям охраноспособности (статья 1483 Кодекса) устанавливается на 24.12.2020.

Согласно одному из мотивов возражения, словесный элемент оспариваемого товарного знака вошел во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида, то есть не соответствует подпункту 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В связи с данным мотивом необходимо пояснить, что признаками, характеризующими обозначение, вошедшее во всеобщее употребление в качестве обозначения товаров определенного вида, являются:

- использование обозначения в качестве названия (наименования) товара специалистами соответствующих отраслей производства, работниками торговли, потребителями;

- применение обозначения в качестве названия (наименования) одного и того же товара или товаров того же вида, выпускаемого / выпускаемых различными производителями;

- применение обозначения длительное время.

Только при наличии всех перечисленных выше признаков обозначение может быть отнесено к категории вошедших во всеобщее употребление в качестве обозначения товаров определенного вида.

Обозначение становится видовым названием (наименованием) товара в том случае, когда оно прочно входит в обиход не только широких кругов потребителей, но и специалистов соответствующих отраслей производства, представителей торговых кругов, причем среди двух последних категорий использование обозначения в качестве названия (наименования) товара не носит узкоспециального или жаргонного характера. В сознании всех перечисленных категорий возникает устойчивая однозначная связь между товаром, обладающим определенными признаками, свойствами, качествами, и тем обозначением, которое используется в качестве его названия (наименования). Примерами обозначений, вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида, являются: термос, вазелин, линолеум, эскимо и т.д.

Представленные с возражением документы об испытаниях и о соответствии продукции требованиям безопасности (1), копии договоров о размещении рекламных материалов (3), об участии в выставках (4), копии универсальных передаточных документов о поставках товаров (5), данные поисковых запросов (6) и сведения, представленные в заключении ФНИСЦ РАН от 24.05.2023 (7), не позволяют установить вышеназванную совокупность признаков ни по отношению к элементу «BLOND BAR», ни по отношению к слову «BLOND», поскольку в них отсутствуют фактические доказательства применения обозначения в качестве названия (наименования) одного и того же товара или товаров того же вида, выпускаемых различными производителями.

В частности, следует обратить внимание на то, что использование элемента «BLOND BAR» и / или «BLOND» двумя независимыми изготовителями либо в публикациях сети Интернет недостаточно для вывода о превращении спорного элемента в видовое название (наименование) товара.

Кроме того, невозможно установить, что такое обозначение («BLOND BAR» и / или «BLOND») использовалось по отношению к какому-либо одному виду

товаров либо только по отношению к товарам одного какого-то вида таким образом, что оно приобрело значение самого товара (группы товаров). Иными словами, неясно, какой именно товар (или какую именно группу товаров) может называть слово «BLOND» или «BLOND BAR». Индивидуальные особенности восприятия данных элементов не учитываются при оценке соответствия обозначения рассматриваемому основанию для отказа (подпункт 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса), поскольку оно связано с фактическими обстоятельствами, сложившимися на рынке.

Таким образом, представленными материалами не подтверждён факт превращения словесного элемента «BLOND BAR» и /или «BLOND» в наименование вида товара.

Другим мотивом возражения является довод о том, что спорное обозначение характеризует часть товаров оспариваемого перечня и является ложным (вводящим в заблуждение) по отношению к другой части товаров, что относится к соблюдению требований подпункта 3 пункта 1 и подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Входящие в состав заявленного обозначения слова «BLOND», «BAR» и «COUTURE», а также «BLOND» и «BAR» не образуют устойчивого словосочетания в силу их отсутствия в таком качестве в словарных источниках, в связи с чем анализируются по-отдельности.

Утверждение правообладателя о «цельности» словосочетания «BLOND BAR», означающего «блондинка бар» и носящего устойчивый характер, не подтверждено какими-либо доказательствами. Устойчивый характер словосочетания может иметь место в ситуации закрепления этого словосочетания в таком качестве в словарных источниках. По общему правилу, смысловое значение словосочетания определяется смысловыми значениями входящих в это словосочетание слов. Предложенная правообладателем трактовка является простой совокупностью значений каждого из входящих в рассматриваемый элемент слов. При этом утверждение о том, что потребитель будет воспринимать соответствующее обозначение именно в таком качестве, подлежит обоснованию.

Таким образом, оценка спорного обозначения производится исходя из восприятия входящих в его состав слов средним российским потребителем с учётом перечня товаров, для которых оспаривается регистрация товарного знака.

Одно и то же обозначение может в отношении одних товаров быть признано описательным, в отношении других – ложным или способным вводить потребителей в заблуждение, в отношении третьих – фантазийным.

Сторонами спора не представлено словарных источников относительно смысловых значений рассматриваемых слов. Копии страниц Большого толкового словаря русского языка (14), приобретённые правообладателем, относятся к смысловому значению слова «БАР», выполненного буквами русского алфавита, поскольку правообладатель полагает идентичными смысловые значения слов «BAR» и «БАР».

Такое обоснование правообладатель основывает на судебной практике, относящейся к рассмотрению споров в отношении иных обозначений / товарных знаков («Legend», «Offprice», «Novo»). Данная практика не относится к рассматриваемому спору.

В отношении возможности оценки восприятия словесного элемента «BLOND BAR» на основе превалирования для российских потребителей, не знающих английского языка, транслитерационного значения слова (что указано в Постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.01.2019 по делу № СИП-710/2017, относящемся к слову «Legend», на которое ссылается правообладатель), коллегия отмечает, что в части слова «BLOND» такое превалирование следует признать обоснованным, так как слова «BLOND» и «блондин» близки по звучанию и идентичны по значению в силу заимствования данного слова из французского языка. В свою очередь, слово «БАР» русского языка является полисемичным, вследствие чего нельзя говорить об однозначности смыслового восприятия российскими потребителями слова «BAR» вне контекста.

Исследовав общедоступные словари и справочники, коллегия установила следующее.

Слово «BLOND» переводится с английского языка на русский язык как «блондин, светлый, белокурый, русый» (<https://translate.academic.ru/blond/xx/ru/>).

Слово «BAR» в переводе с английского языка на русский язык обнаруживается в качестве крайне многозначного понятия, имеющего следующие значения:

- в роли существительного: 1) мн. – прутья решётки; спорт планка; мн. – спорт брусья; 2) брусок, блок, кусок; 3) отмель; 4) бар (заведение или место для хранения напитков); 5) полоса; 6) препятствие; 7) муз. – тактовая черта; перен. – такт; 8) юридическая деятельность; 9) суд;

- в роли глагола: 1) запирать на засов, запираться; размещать решётки, загораживать решётками; 2) испещрять полосами; преграждать; мешать, препятствовать; исключать; не допускать, запрещать; 3) разг. – иметь (что-либо) против (кого-либо, чего-либо), не любить;

- в роли предлога: исключая, кроме, не считая, за исключением;

- в роли существительного: 1) прилавок, стойка, конторка; 2) бар, буфет, закусовая; небольшой ресторан; небольшой магазин, специализирующийся на одном виде товаров; 3) юр. – барьер, отделяющий судей от подсудимых; суд, трибунал; осуждение, порицание; мн. – судьи; адвокатура, адвокатская практика; физ. – бар (единица атмосферного или акустического давления)» (см. https://dic.academic.ru/dic.nsf/eng_rus/437892).

Слово «COUTURE» переводится с английского языка на русский язык как «моделирование и пошив женской одежды высокого класса; собир. – модельеры; дорогие портные; (дорогие) модные ателье; последний крик моды; собир. модницы; шикарные дамы» (см. <https://translate.academic.ru/COUTURE/en/ru/>).

Представляется очевидным, что в контексте слов «BLOND» (блондин, светлый, белокурый и т.п.) и «COUTURE» (модницы, последний крик моды и т.п.) многозначное слово «BAR» никак не ассоциируется со словом «БАР» русского языка в том его значении, на котором настаивает правообладатель (небольшой ресторан, его зал или стойка со спиртными напитками и холодными закусками;

специальное отделение в буфете или шкафу для хранения спиртных напитков; единица измерения атмосферного давления, наносная мель у морских берегов).

Вместе с тем обращает на себя внимание такое значение слова «BAR», как «небольшой магазин, специализирующийся на одном виде товаров». В таком качестве данный элемент используется в конструкциях «millinery bar» (магазин дамских шляп), «snack bar» (закусочная), «coffee bar» (кафетерий) (см. https://top_english.academic.ru/7131), «sushi bar» (суши-бар) (см. https://universal_en_ru.academic.ru/2333995).

Таким образом, смысловое содержание слова «BAR» значительно зависит от слова, с которым оно употреблено, следовательно, в сочетании со словами «BLOND» и «COUTURE», значения которых слово «BAR» не меняет, этот элемент несет второстепенную нагрузку, не принося качественно новый смысл. Для российских потребителей, не знающих английского языка, слово «BAR» не определяет значения доминирующего элемента оспариваемого товарного знака в целом, поскольку его восприятие основывается, прежде всего, на очевидности для российского потребителя значения слова «BLOND».

По отношению к товарам *«красители косметические; препараты для обесцвечивания; средства для окрашивания волос»* слово «BLOND» представляет собой характеристику цвета, в который окрашиваются волосы. Для такого восприятия не требуется рассуждений или домысливания, поскольку оно является очевидным. Слово «BAR» не добавляет самостоятельного значения, не составляет семантически связанную конструкцию со словом «BLOND», вследствие чего не меняет характеризующего характера в целом, присущего спорному элементу оспариваемого товарного знака. Таким образом, оспариваемый товарный знак в качестве доминирующего содержит элемент, очевидным образом ориентирующий потребителя о назначении названных товаров, вследствие чего не соответствует подпункту 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В отношении товаров *«кондиционеры для волос; лаки для волос; лосьоны для волос; шампуни; спреи для волос»*, предназначенных для ухода за волосами, в том числе светлыми, слово «BLOND» является их характеристикой, поскольку

указывает на свойства товаров. Для такого восприятия не требуется рассуждений или домысливания, поскольку оно является очевидным. Слово «BAR» не добавляет самостоятельного значения, не составляет семантически связанную конструкцию со словом «BLOND», вследствие чего не меняет характеризующего характера в целом, присущего спорному элементу оспариваемого товарного знака. Таким образом, оспариваемый товарный знак в качестве доминирующего содержит элемент, очевидным образом ориентирующий потребителя о свойствах названных товаров, вследствие чего не соответствует подпункту 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Что касается товаров *«бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; лосьоны для косметических целей; маски косметические; масла косметические; масла туалетные; наборы косметические; средства косметические»*, формулировки которых представлены в общем виде без конкретизации области применения, то коллегия отмечает следующее.

Все эти товары могут представлять собой продукты для волос, поскольку бальзамы, лосьоны, маски, масла, наборы и средства, которые относятся к косметической продукции, могут быть бальзамами, лосьонами, масками, маслами, наборами и средствами для ухода за волосами.

В случае если эти товары относятся к средствам ухода за волосами, то рассматриваемый спорный элемент товарного знака по свидетельству № 826318 является характеризующим свойства этих товаров (обоснование аналогично представленному для товаров *«кондиционеры для волос; лаки для волос; лосьоны для волос; шампуни; спреи для волос»*). В случае если эти товары не относятся к средствам ухода за волосами, то спорный элемент порождает неверное представление о свойствах товаров, следовательно, является ложным, по причине того, что «BLOND» – это светлые волосы. Ложность обозначения является очевидной она не требует дополнительного обоснования. Вместе с тем коллегия дополнительно обращает внимание на то, что правдоподобность неверного восприятия обосновывается высокой степенью однородности товаров, представляющих собой косметические средства для волос, и товаров, представляющих собой косметические средства иного назначения. При такой

ситуации следует согласиться с доводом возражения об очевидном негативном эффекте при ошибке потребителя в выборе товара.

Поскольку все товары оспариваемого перечня представляют собой косметические средства для ухода за волосами, либо косметические средства без конкретизации области применения, то есть товары, для которых спорное обозначение является либо характеризующим, либо ложным, следует признать отсутствие в перечне таких товаров, по отношению к которым спорное обозначение могло бы быть признано фантазийным.

Что касается доводов возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака положениям, предусмотренным подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, на основании сформировавшейся в сознании потребителя ассоциативной связи соответствующего продукта под обозначением «BLOND BAR» с лицом, подавшим возражение, то коллегия установила следующее.

Само по себе обозначение «BLOND BAR» не несет какой-либо информации об изготовителе товара. Однако возникновение неверных ассоциаций у потребителей может быть основано на их предшествующем опыте, например, на покупках ранее указанных товаров, либо в случае известности о них из рекламы.

Лицо, подавшее возражение, не являлось единственным производителем продукции под обозначением «BLOND BAR», поскольку правообладателем представлена совокупность фактических данных, подтверждающих использование спорного обозначения также с 2017 г.

Первенство использования обозначения «BLOND BAR» в качестве средства маркировки товаров значения не имеет, поскольку правовая охрана средств индивидуализации товаров возникает на основании их государственной регистрации.

В ситуации, когда несколько лиц использовали обозначение «BLOND BAR» в своей деятельности, невозможно прийти к выводу о том, что это обозначение приобрело ассоциативную связь только с каким-либо одним лицом (аналогичная правовая позиция признана правомерной, в частности, в решении Суда по интеллектуальным правам от 16.01.2018 по делу № СИП-533/2017).

Доводы правообладателя о существенно больших объемах реализации продукции, маркированной обозначением «BLOND BAR», коллегия сочла не меняющими вывод о невозможности признания ассоциативной связи спорного обозначения лишь с одной из сторон спора по следующим причинам.

Совокупные данные об объемах реализации продукции, маркированной обозначением «BLOND BAR», ООО «ИФБ» и ООО «Юникосметик», имеющиеся в распоряжении коллегии, нельзя признать единичными незначительными партиями товаров. Коллегия отмечает, что заключение ФНИСЦ РАН от 24.05.2023 отражает то обстоятельство, что продукция лица, подавшего возражение, маркированная спорным обозначением, неоднократно присутствовала в крупных Интернет-магазинах, сетях и маркетплейсах, работающих в федеральном масштабе, в отдельных магазинах, в том числе региональных, в отзывах, обзорах и обсуждениях продукции потребителями. Следовательно, невозможно сделать вывод о том, что объемы использования обозначения лицом, подавшим возражение, были настолько малы, что потребитель не имел возможности ознакомиться с этими товарами и источником их происхождения.

Таким образом, использование правообладателем обозначения «BLOND BAR» ранее даты приоритета оспариваемой регистрации не является основанием для признания наличия у потребителей ассоциативной связи рассматриваемого обозначения только с ним и невозможности наличия такой связи с лицом, подавшим возражение. Аналогично, не представляется возможным прийти к выводу о формировании ассоциативной связи рассматриваемого обозначения исключительно с лицом, подавшим возражение.

С учётом вышеизложенного оснований для вывода о несоответствии оспариваемой регистрации требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса как способного вводить потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров не имеется.

Относительно ссылки лица, подавшего возражение, на положения законодательства о недобросовестной конкуренции и злоупотреблении правом коллегия отмечает, что такая квалификация действий правообладателя не может

быть осуществлена коллегией в рамках административного рассмотрения спора, при этом доказательств того, что такой факт установлен уполномоченным органом, лицом, подавшим возражение, не представлено.

В связи с представлением стороной спора особого мнения, в котором указывается на процессуальные нарушения со стороны коллегии, необходимо пояснить следующее.

На заседании коллегии по рассмотрению возражения, состоявшемся 06.10.2023, правообладателем было заявлено ходатайство о переносе даты заседания коллегии, мотивированное тем, что им готовится дополнительное доказательство – отчет по результатам социологического опроса, о чем представлено письмо Фонда «ВЦИОМ» от 05.10.2023, в котором сообщается о проведении Фондом исследования в соответствии с техническим заданием заказчика по теме «Восприятие обозначения BLOND BAR couture изучением ретроспективного знания» в отношении целевой группы потребителей, составленной из парикмахеров, использующих в своей работе шампуни и/или краску для волос, объемом выборки в 100 человек в двух городах России. Представитель лица, подавшего возражение, возражал относительно представленного ходатайства.

При рассмотрении ходатайства о переносе, заявленного в соответствии с пунктом 28 Правил ППС, коллегией приняты во внимание следующие обстоятельства.

Отзыв правообладателем представлен еще 24.08.2023, впоследствии им представлялись дополнительные материалы, представители по делу не менялись. Обратившимся с возражением лицом новых доказательств не представлялось.

Заседание коллегии по рассмотрению возражения, состоявшееся 28.09.2023, было перенесено по инициативе коллегии (пункт 29 Правил ППС) на срок, достаточный для ознакомления с пакетом документов, которые представлены правообладателем 22.09.2023 и 27.09.2023, то есть незаблаговременно до даты заседания. Никаких ходатайств от правообладателя в заседании 28.09.2023 не поступало, намерений в отношении представления новых доказательств представителями правообладателя не высказывалось.

К ходатайству приложено письмо Фонда «ВЦИОМ» и Техническое задание. Как следует из представленных вниманию коллегии сведений, соглашение, на основании которого подготовлено Техническое задание (договор), заключено еще 28.10.2020. В то же время заказ на проведение исследования оформлен лишь 05.10.2023, то есть непосредственно накануне заседания коллегии, назначенного на 06.10.2023, с указанием в техническом задании пятнадцатидневного срока выполнения исследования. Одновременно в письме Фонда «ВЦИОМ» указано на то, что датой представления исследования является 30.11.2023, что значительно превышает срок исполнения, имеющийся в Техническом задании.

Все названные обстоятельства и сведения являются противоречивыми и / или свидетельствующими о целенаправленном затягивании делопроизводства по рассмотрению возражения.

Более того, в своём устном выступлении представитель правообладателя пояснил, что указанное исследование готовится исключительно в связи с оспариванием правовой охраны товарного знака по свидетельству № 826318 по мотиву введения потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров, и такое исследование предположительно проиллюстрирует ассоциирование релевантной группой потребителей спорного обозначения с правообладателем.

Рассмотрев указанное ходатайство, приняв во внимание все вышеуказанные обстоятельства в их совокупности, коллегия отказала в его удовлетворении, отметив, что представленный объем доказательств является достаточным для обоснованного вывода по соответствующему мотиву возражения. Вывод о достаточности имеющихся в распоряжении данных обусловлен вышеизложенным анализом соответствия оспариваемого товарного знака подпункту 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса в части способности вводить потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров.

Дополнительно следует отметить, что срок пятнадцать дней, указанный в Техническом задании, истек в период подготовки настоящего заключения, вместе с тем данные исследования мнения 100 человек правообладателем не представлены.

Резюмируя все вышеизложенное, оспариваемый товарный знак не может быть признан несоответствующим подпункту 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса, а также подпункту 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса в части ложности и способности вводить потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров. Вместе с тем по основаниям, предусмотренным подпунктом 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса в части введения в заблуждение потребителей относительно товара, доводы возражения являются обоснованными.

Исключение, предусмотренное пунктом 1¹ статьи 1483 Кодекса к оспариваемому товарному знаку, признанному не соответствующим подпункту 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса, в данном случае не применимо, поскольку совокупность элементов товарного знака не относится к комбинации неохраняемых элементов, обладающей качественно новым уровнем восприятия, а представляет собой простое сочетание слов, выполненных в две строки. При этом факт использования обозначения «BLOND BAR» ранее даты приоритета также иным лицом, кроме правообладателя, предопределяет вывод о невозможности признания приобретения различительной способности этим обозначением. Доминирующее положение неохраняемого элемента приводит к несоответствию оспариваемого товарного знака требованиям абзаца шестого пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Всё вышеизложенное свидетельствует о неправомерности регистрации товарного знака по свидетельству № 826318 в объеме всего перечня товаров 03 класса МКТУ.

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

удовлетворить возражение, поступившее 05.06.2023, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 826318 недействительным полностью.