

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (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, рассмотрела поступившее 13.01.2021 возражение Общества с ограниченной ответственностью «АБАР», г. Минеральные Воды (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2019726952 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Обозначение по заявке № 2019726952 было заявлено на государственную регистрацию в качестве товарного знака с приоритетом от 06.06.2019 на имя заявителя в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Согласно материалам заявки заявленное обозначение представляет собой словесное обозначение «**ТРОЙНОЙ ЭФФЕКТ**», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 14.09.2020 об отказе в государственной регистрации товарного знака, мотивированное в заключении по результатам экспертизы несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы указано, что заявленное обозначение не обладает различительной способностью, так как оно в соответствии со смысловым значением данного словосочетания характеризует

соответствующие товары, указывая на их состав и свойства, а именно как состоящих из трех компонентов и имеющих тройное действие, а также широко используется в таком качестве различными лицами в отношении однородных товаров согласно сведениям из сети Интернет с сайтов https://www.ozon.ru/search/?text=Тройной+эффект&from_global=true, <https://market.yandex.ru/search?cvredirect=2&text=тройной%20эффект&local-offers-first=0&onstock=1>, https://100.pulscen.ru/goods/98849748-troynoy_effekt.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 13.01.2021 поступило возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 14.09.2020.

Доводы возражения сводятся к тому, что заявленное обозначение является фантазийным, не способным напрямую характеризовать товары, указывая на какие-либо конкретные три компонента их состава или три результата их действия, но порождает относительно них дополнительные рассуждения, домысливание и ассоциации, обуславливающие, напротив, наличие у него различительной способности, причем заявитель уже обладает исключительным правом на товарный знак «**ТРОЙНОЙ**» по свидетельству № 146845.

При этом заявителем в возражении отмечено, что использование заявленного обозначения различными производителями, согласно ссылкам экспертизы на сведения из сети Интернет, ограничивается только лишь по отношению к зубным пастам и ополаскивателям для полости рта, в то время как заявителем испрашивается предоставление правовой охраны заявленному обозначению уже для сокращенного им перечня товаров, которые не однородны им, представляя собой лишь парфюмерную продукцию.

На основании изложенного в возражении заявителем была выражена просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении сокращенного перечня товаров 03 класса МКТУ, а именно: «вода ароматическая; вода туалетная;

духи; изделия парфюмерные; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; одеколон».

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

С учетом даты подачи заявки (06.06.2019) правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с абзацем 1 и подпунктом 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, 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.

В соответствии с пунктом 34 Правил в ходе экспертизы заявленного обозначения устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не обладающим различительной способностью или состоящим только из элементов, указанных в пункте 1 статьи 1483 Кодекса. К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, характеризующие товар, а также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

Заявленное обозначение представляет собой выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита словесное обозначение «**ТРОЙНОЙ ЭФФЕКТ**». Предоставление правовой охраны заявленному обозначению в качестве товарного знака испрашивается в отношении сокращенного перечня товаров 03 класса МКТУ, а именно: «вода ароматическая; вода туалетная; духи; изделия парфюмерные; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; одеколон» (далее – сокращенный перечень товаров).

Анализ данного обозначения показал, что оно представляет собой соответствующее единое словосочетание, в котором составляющие его слова находятся в определенной грамматической и семантической взаимосвязи, обуславливающей наличие у него определенного смыслового значения.

Так, логическое ударение в этом словосочетании падает на выступающее в качестве подлежащего имя существительное «**ЭФФЕКТ**», которое означает «результат, следствие каких-либо причин, действий» (см. Интернет-портал «Академик: Словари и энциклопедии на Академике / Большой Энциклопедический словарь» – <https://dic.academic.ru/>), а определением к нему, обозначающим, соответственно, признаки такого результата, следствия действий, является имя прилагательное «**ТРОЙНОЙ**», которое, в свою очередь, означает «втрое больший, увеличенный в три раза» либо «состоящий из трех однородных частей» (см. там же – Толковый словарь Ушакова).

Исходя из вышеуказанных смысловых значений этих слов и их соответствующей грамматической и семантической взаимосвязи в составе рассматриваемого словосочетания, данное обозначение в целом может означать, в частности, втрое больший, то есть увеличенный в три раза, какой-либо определенный результат, как следствие каких-либо определенных действий.

При этом следует отметить, что по отношению к тем или иным конкретным товарам, в том числе и к перечисленным в сокращенном заявителем перечне товаров, для которого испрашивается предоставление правовой охраны заявленному обозначению, упомянутые выше определенный

результат (эффект) и определенные действия (воздействия) будут обуславливаться теми или иными вполне конкретными и достаточно известными потребителям свойствами и назначениями соответствующих товаров.

Так, например, для парфюмерной продукции, а именно товаров 03 класса МКТУ «вода ароматическая; вода туалетная; духи; изделия парфюмерные; одеколон», заявленное обозначение будет указывать на весьма усиленный, «второе больший, увеличенный в три раза», результат (эффект) от ароматизации ими тела человека или его одежды, который достигается благодаря действию (воздействию) соответствующего усиленного, «второе большего, увеличенного в три раза», какого-либо определенного аромата, как сочетания запахов – парфюмерной композиции.

В свою очередь, для косметической продукции, к которой относятся товары 03 класса МКТУ «лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья», оно будет указывать также на весьма усиленный, «второе больший, увеличенный в три раза», результат (эффект) от их применения для ухода за кожей, волосами, ногтями или ротовой полостью человека с целью улучшения его внешности, придания свежести и красоты его лицу и телу, который достигается благодаря действию (воздействию) соответствующего усиленного, «второе большего, увеличенного в три раза», какого-либо определенного вещества, устраняющего их дефекты.

Вместе с тем, соответствующий усиленный, «второе больший, увеличенный в три раза», результат (эффект) от применения вышеуказанных парфюмерных и косметических товаров может достигаться посредством использования для них не только «второе большей, увеличенной в три раза» концентрации, соответственно, определенного приятного аромата или определенного вещества, полезно воздействующего на кожу, волосы, ногти либо ротовую полость, что было отмечено выше, но еще и благодаря включению в их составы, например, каких-либо трех определенных компонентов («состоящий из трех частей»), когда гармоничное

взаимодействие которых между собой в их единстве или, наоборот, их трехвекторное различное воздействие обеспечивают необходимый результат (эффект).

Изложенные выше обстоятельства позволяют прийти к выводу о том, что заявленное обозначение в соответствии со смысловым значением данного словосочетания, действительно, характеризует соответствующие товары, для которых испрашивается его регистрация в качестве товарного знака, указывая на их свойства или состав, а именно как имеющие усиленное (тройное) действие и/или состоящие из нескольких (трех) активных компонентов.

Такие обозначения должны оставаться в свободном использовании, так как у любого лица может возникнуть необходимость использовать их в гражданском обороте для описания характеристик соответствующих товаров.

Относительно доводов возражения о неопределенности использования в их составах конкретных компонентов и достижения конкретных результатов их действия, порождающей относительно них дополнительные рассуждения, домысливание и ассоциации, необходимо отметить, что данные доводы заявителя являются некорректными, так как определенность соответствующих используемых компонентов и достигаемых результатов носит вовсе не абстрактный характер, а обуславливается, как уже отмечалось выше, теми или иными вполне конкретными и достаточно известными потребителям свойствами и назначениями соответствующих конкретных товаров, в отношении которых непосредственно и рассматривается заявленное обозначение. В данном случае такие товары, маркированные заявленным обозначением, будут восприниматься исключительно как имеющие усиленное (тройное) действие и/или состоящие из нескольких (трех) активных компонентов, а какие-либо иные совсем альтернативные ассоциативно-смысловые образы для них данное обозначение никак не порождает, и заявителем в возражении они вовсе не приводятся.

Что касается наличия у заявителя исключительного права на товарный знак «**ТРОЙНОЙ**» по свидетельству № 146845, то следует отметить, что

данный факт не может являться основанием для регистрации в качестве товарного знака на его имя совсем другого обозначения, включающего в себя указанное слово, но представляющего собой, напротив, словосочетание с определенным смысловым значением, проанализированным выше в настоящем заключении по результатам рассмотрения возражения.

Кроме того, в сети Интернет (см., например, поисковые порталы «Яндекс» и «Google», в том числе сайты весьма популярных среди российских потребителей интернет-магазинов «Ozon» и «Яндекс.Маркет»: https://www.ozon.ru/search/?text=Тройной+эффект&from_global=true; <https://market.yandex.ru/search?cvredirect=2&text=тройной%20эффект&local-offers-first=0&onstock=1>, и многие другие) обнаруживается информация об использовании разными производителями заявленного обозначения **«ТРОЙНОЙ ЭФФЕКТ»** наряду со своими товарными знаками в отношении различной парфюмерно-косметической продукции, в частности: зубная паста на отваре трав «Лесной Бальзам. Тройной эффект», зубная паста «Лесной Бальзам. Тройной эффект. Отбеливание», ополаскиватель для полости рта на отваре трав «Лесной Бальзам. Тройной эффект», ополаскиватель для полости рта на отваре трав «Лесной Бальзам. Тройной эффект. Двойная мята», ополаскиватель для полости рта на отваре трав «Лесной Бальзам. Тройной эффект. Отбеливание», ополаскиватель для полости рта «Лесной Бальзам. Тройной эффект. Экстрасвежесть», освежитель дыхания «Лесной Бальзам. Тройной эффект. Экстрасвежесть»; бальзам для волос на термальной воде «Витэкс. Тройной эффект», пена для бритья «Витэкс. Тройной эффект», шампунь на термальной воде «Витэкс. Hotel. Тройной эффект»; тушь для ресниц «Relouis. Elite. Тройной эффект»; тушь для ресниц «Vivienne Sabo. Eventailliste. С тройным эффектом», тушь для ресниц «Vivienne Sabo. Eventailliste. Тройной эффект. Длина, объем, изгиб»; крем для сухой кожи «Асептилайф. Тройной эффект»; ополаскиватель для полости рта и бальзам для десен «Ovie. Ovident. Тройной эффект»; сыворотка для лица «Lanopearl с тройным лифтинг-эффектом»; сыворотка с морским коллагеном «Aronyx.

Тройной эффект», крем для лица с морским коллагеном «Aronyx. Тройной эффект», крем для кожи вокруг глаз с морским коллагеном «Aronyx. Тройной эффект»; косметические маски «SPC PuRu. С тройным эффектом»; дневной крем «Catteline. Тройной эффект»; бальзам для ног «Floresan Organic. Тройной эффект»; и другие.

При этом необходимо отметить очень высокую степень насыщенности сети Интернет такой информацией, причем данная информация заявителем в возражении, собственно, никак не опровергается.

Присутствие в сети Интернет соответствующей информации позволяет прийти к выводу об осведомленности российских потребителей об указанных выше товарах разных производителей. Так, глобальная информационная сеть Интернет является одним из основных средств свободного распространения и получения различного рода информации и относится, наряду с радио и телевидением, к электронным средствам массовой информации.

Что касается доводов возражения о том, что использование заявленного обозначения различными производителями, согласно ссылкам экспертизы на сведения из сети Интернет, ограничивается только лишь по отношению к зубным пастам и ополаскивателям для полости рта, в то время как заявителем испрашивается предоставление правовой охраны заявленному обозначению уже для сокращенного им перечня товаров, которые не однородны им, представляя собой лишь парфюмерную продукцию, то следует отметить, что данные доводы заявителя являются также некорректными, так как анализ соответствующих сведений из сети Интернет по вышеуказанным ссылкам экспертизы показал наличие на рынке, напротив, самых разных видов товаров, выпускаемых различными производителями и маркируемых ими, в частности, обозначением, тождественным заявленному обозначению по рассматриваемой заявке. Соответствующие многие разные виды товаров были перечислены выше наряду со сведениями об их маркировке таким обозначением.

Вместе с тем, все они представляют собой, как верно было отмечено в возражении заявителем, косметические средства, как, впрочем, и товары 03

класса МКТУ «лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья», для которых, согласно возражению, испрашивается регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака, а иные товары 03 класса МКТУ «вода ароматическая; вода туалетная; духи; изделия парфюмерные; одеколон», приведенные также в сокращенном заявителем перечне товаров, в свою очередь, относятся, действительно, к парфюмерии с учетом их соответствующего определенного назначения.

Однако, в этой связи следует отметить, что все вышеуказанные товары, как косметические, так и парфюмерные средства, относятся к одной и той же отрасли промышленности по выпуску соответствующей продукции, относящейся к одной и той же общеродовой (парфюмерно-косметической) группе товаров и регулируемой одними и теми же нормативными правовыми и производственными актами.

Так, производство всех этих товаров регламентируется, например, одним и тем же Межгосударственным стандартом «Продукция парфюмерно-косметическая» – ГОСТ 32048-2013, а их реализация на одном рынке товаров, в одних и тех же магазинах, осуществляется согласно общим для них требованиям, установленным, например, Постановлением Правительства Российской Федерации от 19 января 1998 г. № 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» (утратил силу с 1 января 2021 г.), Постановлением Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2020 г. № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами,

на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» и другими.

Информация о данной парфюмерно-косметической продукции со сведениями о ее определенных свойствах, назначении и предъявляемых при ее продаже требованиях содержится, например, на официальном сайте Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по городу Москве (см. <http://77.rospotrebnadzor.ru/index.php/napravlenie/zpp/6948-pamyatka-potrebiteley-parfyumerno-kosmeticheskie-tovary>).

Таким образом, с помощью общедоступного источника информации было установлено, что обозначение «**ТРОЙНОЙ ЭФФЕКТ**», тождественное заявленному обозначению, уже в течение продолжительного времени активно использовалось различными лицами в области производства определенных товаров, а именно парфюмерно-косметической продукции.

Следовательно, заявленное обозначение не обладает различительной способностью, то есть является неохраноспособным, в отношении всех товаров, приведенных в упомянутом выше сокращенном заявителем перечне товаров.

Исходя из изложенных выше обстоятельств, коллегия не располагает какими-либо основаниями, опровергающими вывод экспертизы о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 13.01.2021, оставить в силе решение Роспатента от 14.09.2020.