

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

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 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 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 поступившее 30.11.2023 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №970309, поданное Индивидуальным предпринимателем Медниковым Антоном Андреевичем, Москва (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.



**Boho Home**

Регистрация товарного знака «»по заявке №2023721370 от 20.03.2023 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 02.10.2023 за № 970309. Товарный знак зарегистрирован на имя Идрисовой Эльвины Азаматовны, 143404, Московская область, город Красногорск, ул. Дачная, д.5, кв.494 (RU) (далее – правообладатель), в отношении товаров 03, 04, 20, 21 классов Международной

классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), перечисленных в перечне свидетельства.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 30.11.2023, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 970309 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3(1) и 6(2) статьи 1483 Кодекса.

Возражение основано на следующих доводах.

Лицо, подавшее возражение, является правообладателем серии товарных

знаков со словесными элементами «  » по свидетельству №666410, зарегистрированного в отношении однородных оспариваемым товарам 03, 04, 20, 21 классов МКТУ.

Лицо, подавшее возражение, полагает, что оспариваемый товарный знак способен вводить потребителя в заблуждение относительно производителя оспариваемых товаров, ввиду высокой известности противопоставляемых знаков и их длительного присутствия на рынке. Ввиду указанного оспариваемый товарный знак способен восприниматься в качестве дополнительного права на серию более ранних товарных знаков лица, подавшего возражение.

С возражением представлена информация о том, что товары с маркировкой «Bago home» реализуются посредством сетей гипермаркетов «Золотое яблоко», «Леруа Мерлен», «Вайлдбериз», «Лэтуаль», «Ламода», «Prana Home», «Мегамаркет», «Стокманн», «Детский мир», «Эльдорадо», «Hoff», «Леонардно», «Азбука Вкуса».

Также в возражении сообщается о том, что в решении от 19.12.2022 по делу №А40-194145/2022 Арбитражным судом города Москвы по иску лица, подавшего возражение, были признаны сходными противопоставляемый в настоящем деле товарный знак по свидетельству №666410 и обозначение «Baho home», отличающееся от оспариваемого всего одной буквой.

На заседании, состоявшемся 06.02.2024 заявителем было сообщено о

BAGO  
h o m e

принадлежности ему также товарных знаков « h o m e » по свидетельству №964426 с приоритетом от 27.10.2021, зарегистрированного в отношении товаров 01, 02, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45 и

« BAGO h o m e » по свидетельству №980186, зарегистрированного в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Анализ однородности сопоставляемых товаров показал их совпадение по виду и назначение для всех оспариваемых товаров 03, 04, 21 классов МКТУ.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №970309 недействительным в отношении части товаров 03 класса МКТУ *«диффузоры с палочками ароматические; ароматизаторы воздуха; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы для автомобилей; духи-саши; ароматические саши для шкафа и гардероба; благовония и благовония в форме конусов; духи, ароматизаторы и благовония, кроме парфюмерных изделий личного пользования; масла эфирные; масла эфирные для производства продукции; эссенции эфирные и масла»*, а также всех товаров 04, 21 классов МКТУ.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил отзыв по его мотивам.

В отзыве сообщается о несогласии со сходством сопоставляемых обозначений, оценивая визуальные отличия композиционного построения знаков, а также семантические отличия слов «bago» и «boho», а совпадающий элемент home является неохраняемым в противопоставленном знаке, поэтому не учитывается при анализе сходства.

Слово Бахо – это сочетание элементов стиля кочевых народов, духа народов и этники. Он предполагает нагромождение из мебели и предметов декора. В

сочетании словом home - дом, означает богемский дом или дом в стиле бохо, что совершенно не связано по семантической идее с противопоставленным знаком.

Поэтому сопоставляемые обозначения отличаются по характеру заложенных в них понятий и идей.

На основании изложенного правообладатель просит оставить в силе правовую охрану оспариваемого товарного знака и отказать в удовлетворении возражения.

Изучив материалы дела, заслушав представителей сторон спора, коллегия установила следующее.

С учетом даты (20.03.2023) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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. № 482 (далее - Правила).

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.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или

сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 43 Правил изобразительные и объемные обозначения сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы.

Сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков:

- 1) внешняя форма;
- 2) наличие или отсутствие симметрии;
- 3) смысловое значение;
- 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное);
- 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пункте 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.


Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их

реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.


Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).



Материалы возражения свидетельствуют о том, что лицо, его подавшее,


является правообладателем товарных знаков «  » по свидетельствам №№666410, 964426, 980186, которые, по его мнению, являются сходными до степени смешения с оспариваемым товарным знаком.

Указанное позволяет признать Индивидуального предпринимателя Медникова А.А. лицом, заинтересованным в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №970309.



Оспариваемый товарный знак «  » по свидетельству №970309 является комбинированным, состоит из словесных элементов «Boho Home», выполненных буквами латинского алфавита, а также из изобразительного элемента в виде стилизованного цветка лотоса.

Противопоставленные товарные знаки [1] , [2] , [3]

 по свидетельствам №№666410, 964426, 980186 с приоритетами 17.03.2017, 27.10.2021, 13.11.2023 являются словесными, выполнены буквами

латинского алфавита. Товарные знаки зарегистрированы, в том числе, в отношении товаров 03, 04, 21 классов МКТУ, в отношении которых правовая охрана оспаривается.

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №970309 и противопоставленных товарных знаков показал следующее.

Принимая во внимание, что противопоставленные знаки являются словесными, а заявленное обозначение комбинированным, сопоставление может быть произведено по критериям сходства словесных элементов, включенных в состав сопоставляемых обозначений.

При сопоставлении словесных элементов следует соотносить те из них, которые входят в объем правовой охраны. Так, в противопоставленных товарных знаках словесный элемент Home указан в качестве неохраняемого, в то время как в оспариваемом товарном знаке охрана предоставлена всем словам.

С фонетической точки зрения оспариваемый товарный знак звучит как слово «БОХО ХОУМ», а противопоставленные знаки как «БАГО ХОУМ», то есть короткие слова BOHO [БОХО] и BAGO [БАГО] звучат отличным друг от друга образом. При этом расхождение двух букв и двух звуков в коротких словах, состоящих только из четырех букв, является существенным и свидетельствует об отсутствии фонетического сходства в словах, на которые падает логическое ударение.

Второе слово «home» фонетически совпадает в сопоставляемых обозначениях, однако таким совпадением не может быть обусловлен вывод о фонетическом сходстве, так как данный элемент в противопоставленных знаках является неохраняемым.

С точки зрения смыслового критерия слова «Boho home», входящие в состав оспариваемого товарного знака, имеют следующие значения:

-	«BOHO»	-стиль	«Boho»	см.
---	--------	--------	--------	-----

<https://context.reverso.net/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9->



<https://vofans.ru/m20.exe?s=boho&l1=1&l2=2>); «boho» как сокращение от «bohemian» по отношению к одежде, аксессуарам нетрадиционного вида (<https://vofans.ru/m20.exe?s=boho&l1=1&l2=2>). В свою очередь в русском языке Бохо означает смешанный стиль в современной моде, предполагающий сочетание элементов других стилей, характерными особенностями которого являются свободный крой, узоры и принты, многослойность, достигаемая как за счёт своеобразного кроя и наслоения вещей, так и за счёт аксессуаров (см. <https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D0%B1%D0%BE%D1%85%D0%BE>);

- «Номе» в переводе с английского языка означает «дом», «домашний».

Словесный элемент «Bago» противопоставленного знака имеет перевод с португальского языка на русский «ягода; виноградина; зёрнышко; дробинка; рзг. деньги» (см. [https://portuguese\\_russian.academic.ru/7164/bago](https://portuguese_russian.academic.ru/7164/bago)). Кроме того, «BAGO» представляет собой географическое название четвёртого по населению города Мьянмы, столицы одноимённого округа Пегу. Расположен в 80 км от Янгона. По данным на 2006 год, население города составляло 248 899 человек.

Таким образом, с точки зрения заложенных в сопоставляемые обозначения понятий и идей, обозначения не являются сходными, так как оспариваемый знак переводится в виде словосочетания «богемный дом» или «дом в стиле бохо», в двух случаях создавая образ дома высокого стиля и культуры. В то же время противопоставленные знаки имеют значение географической единицы и неохраняемого слова «дом», семантически и лексически не связанных друг с другом, так как первое слово «bago» не переводится в качестве прилагательного. Поэтому второе слово «home» не образует словосочетания со словом «Bago» и воспринимается исключительно как указание на назначение товаров – товары для дома.

С точки зрения визуального восприятия сопоставляемые словесные элементы хотя и выполнены буквами одинакового алфавита, однако композиции выполнены

по-разному: в оспариваемом товарном знаке словесные элементы выполнены в одну строчку, дополнительно способствуя восприятию их в качестве словосочетания, а в противопоставленном товарном знаке – в две строки.

Принимая во внимание вышеизложенный анализ, сопоставляемые обозначения являются несходными друг с другом ввиду отсутствия признаков фонетического, семантического и визуального сходства составляющих их словесных элементов.

Кроме того, общее зрительное впечатление, создаваемое сопоставляемыми обозначениями, различается также за счет присутствия в заявленном обозначении дополнительного изобразительного элемента виде стилизованного изображения лотоса.

Анализ однородности товаров 03, 04, 21 классов МКТУ оспариваемого товарного знака и соответствующих товаров противопоставленных товарных знаков показал следующее.

Товары 03 класса МКТУ *«диффузоры с палочками ароматические; ароматизаторы воздуха; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы для автомобилей; духи-саше; ароматические саше для шкафа и гардероба; благовония и благовония в форме конусов; духи, ароматизаторы и благовония, кроме парфюмерных изделий личного пользования; масла эфирные; масла эфирные для производства продукции; эссенции эфирные и масла»*, в отношении которых оспаривается правовая охрана товарного знака по свидетельству №970309 оспариваемого товарного знака являются однородными товарам 03 класса МКТУ *«ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; вода ароматическая; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; смеси ароматические из цветов и трав; масла эфирные из лимона; эссенции эфирные; масла эфирные из цитрона;»* противопоставленного знака [1]. Таким образом, все сопоставляемые товары относятся к одним и тем же родовым группам «вещества ароматические».

Товары 04 класса МКТУ *«свечи ароматические; свечи ароматические в банках; свечи для освещения; фитили для свечей; воск пчелиный для изготовления*



*свечей; свечи ароматические для ароматерапии; свечи и фитили для освещения; свечи, содержащие репелленты; свечи короткие в металлических или пластиковых контейнерах; воск пчелиный; парафин»* оспариваемого товарного знака однородны товарам 04 класса МКТУ «*свечи ароматические; ночники [свечи]*» противопоставленного знака [1], а также товарам 04 класса МКТУ «*воск пчелиный; воск пчелиный для производства косметики*» [2].

Товары 21 класса МКТУ «*гасильники для свечей; баночки для создания свечи; гасители для свечей из драгоценных металлов; гасители для свечей, не из драгоценных металлов; подсвечники для цилиндрических свечей; розетки для свечей из драгоценных металлов; розетки для свечей, не из драгоценных металлов; подсвечники; подсвечники стеклянные; подсвечники с защитой пламени от ветра; диффузоры масляные ароматические, электрические и неэлектрические*» оспариваемого товарного знака однородны товарам 21 класса МКТУ «*домашняя и кухонная утварь и посуда; изделия из стекла, фарфора и фаянса; устройства аэрозольные, за исключением медицинских; подсвечники; вазы для фруктов; вазы; вазы для обеденного стола; изделия из фарфора, керамики, фаянса или стекла художественные; изделия из майолики*».

Таким образом оспариваемые товары 03, 04, 21 классов МКТУ являются однородными товарам 03, 04, 21 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-2]. Товарный знак [3] не содержит позиций, которым бы оспариваемые товары были бы однородными.

Вместе с тем, несмотря на наличие вывода об однородности товаров, в отсутствии вывода о сходстве сопоставляемых обозначений, отсутствуют основания для вывода о вероятности смешения обозначений.

Что касается отсылок лица, подавшего возражение, к обстоятельствам, усиливающим вероятность смешения по пункту 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации", в части наличия у лица, подавшего возражение, прав на серию старших товарных знаков, то коллегия сообщает следующее.

Противопоставленные товарные знаки [1]  , [2]  , [3]



не образуют серии между собой, так как не содержат отличающихся дополнительных элементов, а представляют собой одно и то же обозначение, зарегистрированное в отношении отличающихся родовых групп товаров.

Таким образом, коллегия приходит к выводу о том, что регистрация товарного знака по свидетельству №970309 произведена в соответствии с требованиями пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса.

В отношении довода о несоответствии произведенной регистрации требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, коллегия установила следующее.

Способность введения в заблуждение может возникнуть у потребителя в результате ассоциации, в том числе, с иным лицом, основанной на предшествующем опыте потребителя.

Для вывода о возникновении указанной ассоциации, связанной с иным производителем товара, необходимо наличие доказательств, подтверждающих возникновение у потребителей стойкой ассоциативной связи между товаром и его производителем.

Способность обозначения вводить потребителя в заблуждение не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления о товаре и изготовителе.

Сведения возражения, касающиеся сбытовой сети продукции лица, подавшего возражение, не подтверждена фактическими исполнительными документами в виде отгрузочных накладных, позволяющих оценить объем реализованных товаров.

Социологические исследования о степени известности противопоставленных товарных знаков потребителям не проводилось обратившимся с возражением лицом. Также отсутствует исследование о восприятии потребителями

оспариваемого товарного знака в качестве средства индивидуализации лица, подавшего возражение. Кроме того, отсутствуют сведения о рекламе товаров лица, подавшего возражение.

В отсутствии указанных выше документов, у коллегии отсутствуют основания для применения пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Что касается аргумента о признании сходства между обозначениями «Vago home» и «Ваһо һоме», что отражено в решении Арбитражного суда города Москвы от 19.12.2022 по делу №А40-194145/2022, то данные выводы нерелевантны к рассматриваемому спору, так как сравнивалось иное обозначение.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 30.11.2023, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №970309.**