


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
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 возражение, поступившее 20.10.2022, поданное Бритвиным Николаем Львовичем, Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021750855 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение  по заявке №2021750855, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 12.08.2021, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 03 и услуг 35, 41, 44 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 27.06.2022 о государственной регистрации товарного знака в отношении части заявленных услуг 35, 41, 44 классов МКТУ, а в отношении товаров 03 класса МКТУ и другой части услуг 35, 41, 44 классов МКТУ было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не соответствует требованиям пунктам 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Заключение по результатам экспертизы мотивировано тем, что в состав заявленного обозначения включен словесный элемент «HAIR» (с англ. – волосы, шерсть, см. Интернет, <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/HAIR>, https://new_en_ru.academic.ru/39298/hair, https://technical_en_ru.academic.ru/36799/hair), заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) для части заявленных товаров 03, 35, 41, 44 классов МКТУ на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса, так как вводит потребителя в заблуждение относительно назначения товаров и услуг.

Кроме того, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, поскольку является сходным до степени смешения с товарными знаками:

- товарным знаком «BRITТ» по свидетельству №716782, с приоритетом от 13.04.2018 в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ [1];
- со знаком «BRIT STYLE» по международной регистрации №794061, с приоритетом от 28.06.2002 в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ [2].

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

- словесный элемент «HAIR» не является доминирующим элементом заявленного обозначения, а используется исключительно в качестве составной части элемента «BRIT»;
- спецификой деятельности заявителя являются товары для волос, что прямо определяет направление деятельности в целом и не может вводить потребителя в заблуждение относительно специфики деятельности заявителя, в том числе в заявленных классах МКТУ;
- единственным доминирующим элементом заявленного обозначения является словесный элемент «BRIT» - Бритвин;
- заявленное обозначение за период работы с 2014 года приобрело различительную способность среди потребителей;
- в настоящее время заявитель является представителем в России турецких, испанских, американских, аргентинских брендов косметики и средств ухода за волосами, производителем собственных косметических товаров, реализует продукцию на территории

30 регионов России, организует обучающие семинары, мероприятия, является владельцем интернет-ресурсов по продаже косметических товаров;

- заявитель является участником конкурсов, форумов, выставок;

- товары реализуются не только в Российской Федерации, но и за ее пределами;

- заявитель не согласен с мнением экспертизы в том, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками по свидетельству №716782, по международной регистрации №794061, поскольку производят совершенно разное общее впечатление, в том числе зрительное и слуховое и в целом не обладают сходством до степени смешения;

- заявитель отмечает, что в противопоставленном товарном знаке по свидетельству №716782 и заявленном обозначении нет прямых повторений услуг 35 класса МКТУ. Услуги 35 класса МКТУ в противопоставленном товарном знаке и заявленном обозначении скорее принадлежат к одной сфере - реклама; управление бизнесом, организация бизнеса, бизнес-администрирование; служба офисная. Однако само по себе нахождение услуг в одном классе еще не говорит о вероятности смешения, так как фактически виды деятельности, сгруппированные в классе, могут быть различными;

- сам по себе словесный элемент «HAIR» по отношению ко всем заявленным услугам 35 класса МКТУ можно считать фантазийным;

- заявитель согласен с тем, что в противопоставленном товарном знаке по международной регистрации №794061 и заявленном обозначении есть прямые повторения товаров 03 класса МКТУ. Это: мыло, парфюмерия, эфирные масла, лосьоны для волос. Остальные товары напрямую не повторяются. Само по себе нахождение услуг в одном классе еще не говорит о вероятности смешения, так как фактически виды деятельности, сгруппированные в классе, могут быть различными. Ввиду возможности смешения товаров 03 класса МКТУ в глазах потребителей заявитель согласен исключить из заявленных товаров 03 класса МКТУ часть товаров.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021750855 в отношении заявленных товаров 03 класса МКТУ «абразивы; басма [краситель косметический]; вазелин косметический; вата для косметических целей; вата, пропитанная препаратами для удаления макияжа;

вещества клейкие для косметических целей; воск для удаления волос; воск для усов; депилятории; жиры для косметических целей; камень квасцовый для бритья [вяжущее средство]; камни шлифовальные; карандаши для бровей; клеи для прикрепления искусственных ресниц; клеи для прикрепления накладных волос; кондиционеры для волос; красители для бороды и усов; красители косметические; кремы для кожи; кремы косметические; кремы косметические отбеливающие; лаки для волос; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; маски косметические; масла косметические; масла туалетные; масла, используемые как очищающие средства; масло терпентинное для обезжиривания; наборы косметические; препараты для бритья; препараты для ванн косметические; препараты для ванн, не для медицинских целей; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для осветления кожи; препараты для удаления макияжа; препараты коллагеновые для косметических целей; препараты с алоэ вера для косметических целей; средства для бровей косметические; средства для окрашивания волос; средства для перманентной завивки нейтрализующие; средства для ресниц косметические; средства косметические для окрашивания ресниц и бровей; средства обесцвечивающие [деколораторы] для косметических целей; средства туалетные против потения [туалетные принадлежности]; средства фитокосметические; тальк туалетный; хна [краситель косметический]; шампуни; шампуни сухие; экстракты растительные для косметических целей», услуг 35 класса МКТУ «аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров, в частности, заявленных товаров 03 класса; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования маркетинговые; маркетинг; маркетинг целевой; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи, в частности, заявленных товаров 03 класса; продажа оптовая гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; распространение образцов», услуг 41 класса МКТУ «академии [обучение]; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация досуга;

организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация конкурсов красоты; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передача ноу-хау [обучение]; проведение экзаменов; развлечения; составление программ встреч [развлечение]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]», услуг 44 класса МКТУ «маникюр; массаж; парикмахерские; пирсинг; салоны красоты; татуирование; услуги визажистов; услуги соляриев».

С возражением были представлены следующие материалы:

1. Копия решения о государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания, коллективного знака) по заявке № 2021750855;
2. Копия заявки на регистрацию товарного знака №2021750855;
3. Копия заявки №2021750855 (формы № 940 ТЗ-2016);
4. Образец обозначения товарного знака;
5. Копия паспорта Бритвина Н.Л.;
6. Выписка из ЕГРИП на заявителя от 19.10.2022г.;
7. Копия свидетельства на товарный знак (знак обслуживания) №884391;
8. Копия платежного поручения № 253 от 08.07.2022г.;
9. Копия платежного поручения № 28 от 10.06.2021г.;
10. Копия платежного поручения № 29 от 10.06.2021г.;
11. Копия диплома участника выставки EXHIBITOR DIPLOMA (XIV Международная выставка профессиональной косметики и оборудования для салонов красоты interCHARM);
12. Копия Благодарственного письма Депутата Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации Тумусова Ф.С.;
13. Копия сертификата Директора 2019 года;

14. Копия сертификата 2019 года от Анастасии Люссо;

15. Копия диплома участника XXIII международной выставки парфюмерии и косметики interCHARM;

16. Копия диплома участника бьюти-проекта № 1 в России interCHARM;

17. Копия статьи из журнала;

18. Копия документа, подтверждающего дату регистрации домена;

19. Копии деклараций соответствия.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (12.08.2021) поступления заявки №2021750855 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1(3) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, 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.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, общепринятые наименования.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

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

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

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

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

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

Согласно подпункту 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 при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо его изготовителя учитывается, что к таким 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 отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 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.

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

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Исходя из положений пункта 42 Правил, сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно 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.


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.

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 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).



Заявленное обозначение  является комбинированным, состоящим из изобразительного элемента в виде стилизованных геометрических фигур, образующих окружность, внутри которой расположено сочетание букв латинского алфавита «BH», выполненных оригинальным шрифтом. Справа от изобразительного элемента расположены словесные элементы «BRIT HAIR», выполненные стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Обозначение заявлено в коричневом, розовом, черном, белом цветовом сочетании. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров 03 и услуг 35, 41, 44 классов МКТУ.

На заседании коллегии, состоявшемся 09.01.2023, коллегией были выдвинуты дополнительные основания, которые не были учтены экспертизой, а именно, заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку, как было указано в заключении по результатам экспертизы словесный элемент «HAIR»,

входящий в заявленное обозначение, в переводе с английского языка означает «волосы; шерсть; волосенки» (см. <https://www.translate.ru>), указывает на состав, свойства и назначение заявленных товаров и услуг, не обладает различительной способностью, в связи с чем, для одной части заявленных товаров и услуг будет указывать на их вид, свойства и назначение.

Указанное, предусматривается пунктом 45 Правил ППС, где говорится о том, что выявленные членами коллегии при рассмотрении спора основания для признания недействительным предоставления правовой охраны объекту интеллектуальной собственности либо основания, препятствующие предоставлению ему правовой охраны, отражаются в протоколе заседания коллегии и учитываются при формировании вывода коллегии по результатам рассмотрения спора.

Информация об указанных основаниях в течение 5 рабочих дней со дня заседания коллегии, на котором они выявлены, доводится до сведения сторон спора. При этом им предоставляется возможность представить свое мнение.

Заявитель выразил свое несогласие с дополнительными основаниями, выдвинутыми коллегией и представил ходатайство о переносе заседания коллегии для предоставления своих доводов относительно указанных оснований.

Коллегия была перенесена и состоялась 02.02.2023, где заявитель представил ходатайство о сокращении заявленного перечня товаров, ограничив его товарами 03 класса МКТУ «басма [краситель косметический]; воск для удаления волос; воск для усов; карандаши для бровей; воск для бровей; маркеры для бровей; средства для бровей косметические; клеи для прикрепления искусственных ресниц; ресницы искусственные; клеи для прикрепления накладных волос; кондиционеры для волос; бальзамы для волос; красители для бороды и усов; красители косметические; кремы для кожи и волос; кремы косметические отбеливающие для кожи и волос; лаки для волос; лосьоны для волос; спреи для волос; гели для волос; воски для волос; маски для волос; масло для волос; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для осветления волос; средства для бровей косметические; средства для окрашивания волос; средства для перманентной завивки нейтрализующие; средства для ресниц косметические; средства косметические для окрашивания ресниц и бровей; тушь для ресниц; хна [краситель косметический]; шампуни; шампуни сухие; ампулы для волос; пилинги для волос и тела;

скрабы для волос и тела; детокс для волос и тела; средства косметические для роста волос».

Таким образом, анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 и пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение содержит в своем составе словесный элемент «HAIR», который представляет собой лексическую единицу английского языка и на русский язык переводится как «волосы», «шерсть» (см. <https://www.translate.ru>).

Исходя из изложенного, можно сделать вывод о том, что словесный элемент «HAIR» указывает на вид, свойство и назначение товаров, в связи с чем, данный словесный элемент не обладает различительной способностью и для заявленных товаров 03 класса МКТУ «басма [краситель косметический]; воск для удаления волос; воск для усов; карандаши для бровей; воск для бровей; маркеры для бровей; средства для бровей косметические; клеи для прикрепления искусственных ресниц; ресницы искусственные; клеи для прикрепления накладных волос; кондиционеры для волос; бальзамы для волос; красители для бороды и усов; красители косметические; кремы для кожи и волос; кремы косметические отбеливающие для кожи и волос; лаки для волос; лосьоны для волос; спреи для волос; гели для волос; воски для волос; маски для волос; масло для волос; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для осветления волос; средства для бровей косметические; средства для окрашивания волос; средства для перманентной завивки нейтрализующие; средства для ресниц косметические; средства косметические для окрашивания ресниц и бровей; тушь для ресниц; хна [краситель косметический]; шампуни; шампуни сухие; ампулы для волос; пилинги для волос и тела; скрабы для волос и тела; детокс для волос и тела; средства косметические для роста волос» противоречит подпункту 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и является неохраняемым.

Коллегия отмечает, поскольку заявитель ограничил заявленный перечень товаров, исключив из него товары, которые не имеют отношения к уходу за волосами, то нет оснований для ввода потребителей в заблуждение.

В связи с чем, основание относительно несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 3 статьи 1483 может быть снято.

Доводы заявителя о том, что заявленное обозначение приобрело различительную способность благодаря тому, что заявитель, начиная с 2014 года, интенсивно использует заявленное обозначение на рынке для соответствующих потребителей.

Коллегия отмечает, что представленных заявителем документов, доказывающих, по его мнению, различительную способность заявленного обозначения, недостаточно для подтверждения того, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в отношении заявителя на территории Российской Федерации. Указанный вывод обосновывается тем, что заявителем не представлены необходимые сведения об объемах производства и продаж товаров, маркированных заявленным обозначением; территории реализации товаров; длительности и регулярности использования; объеме затрат на рекламу; а также сведения об информированности потребителя о товарах заявителя,



маркированных обозначением «».

Так, заявителем представлены документы [11-19] дипломы участника; благодарственное письмо; рекламные публикации; декларации о соответствии.

Вместе с тем, указанные материалы не могут свидетельствовать о приобретении товаров, лица, подавшего возражение, широкой известности на территории Российской Федерации до даты подачи заявки на товарный знак.

Например, в благодарственном письме и дипломах отсутствует заявитель, поскольку в них фигурирует компания «BRIT HAIR GROUP», в рекламных публикациях также фигурирует другое лицо, а именно «BRIT HAIR GROUP», декларации не содержат заявленного обозначения, кроме того, данные документы показывают только то, что продукция соответствует определенным требованиям.

Таким образом, представленные документы не могут свидетельствовать о широкой известности заявленного обозначения на территории Российской Федерации.

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленный товарный знак [1] является словесным «BRITT», выполненным стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 25 и услуг 35 классов МКТУ.

Противопоставленный знак [2] является словесным «BRIT STYLE», выполненным стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-2] показал, что обозначения включают в себя фонетически сходные/тождественные словесные элементы «BRIT»/«BRITT»/«BRIT».

При этом коллегия отмечает, что словесный элемент «BRIT» заявленного обозначения и противопоставленный товарный знак [1] являются практически фонетически тождественными, поскольку отличаются тем, что в противопоставленном товарном знаке последняя буква «Т» является двойной.

Кроме того, анализ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [2] показал, что они содержат фонетически и семантически тождественный словесный элемент «BRIT» (в переводе с английского языка означает «британец; британский», см. Интернет, словари, <https://www.translate.ru>).

Таким образом, фонетическое сходство заявленного обозначения «BRIT HAIR» и противопоставленных товарных знаков [1-2] «BRITT»/«BRIT STYLE» обусловлено совпадением словесных элементов «BRIT»/«BRITT»/«BRIT».

Что касается визуального признака сходства, то следует отметить, что заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1-2] выполнены в разной графической манере.

Однако, сравниваемые обозначения выполнены буквами одного алфавита, что также сближает знаки по графическому критерию сходства.

Что касается семантического фактора сходства, следует отметить следующее.

Как было указано выше, анализ словарно-справочных источников показал, что словесный элемент «BRIT» заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [2] в переводе с английского языка означает «британец; британский», см. Интернет, словари, <https://www.translate.ru>, то есть, сравниваемые элементы являются семантически тождественными.

Словесный элемент «BRITT» противопоставленного товарного знака [1] является английской фамилией, см. Интернет, <https://context.reverso.net>; <https://www.translate.ru>.

Вместе с тем, для российского потребителя, не обладающего тонкостями в знаниях иностранных языков, данный элемент может ассоциироваться с английским словом «BRIT».

Таким образом, заявленное обозначение и противопоставленный товарный знак [1] включают в свой состав семантически сходные словесные элементы «BRIT»/«BRITT»

На основании указанного сравниваемые обозначения признаны сходными по фонетическому и семантическому факторам сходства словесных обозначений.

Графическое отличие сопоставляемых обозначений не оказывает существенного влияния на вывод об их сходстве, поскольку графическая проработка заявленного обозначения не снимает высокой степени фонетического и семантического сходства их словесных составляющих, которое определяет запоминание знаков потребителями.

Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что, несмотря на отдельные отличия, сопоставляемые обозначения ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ товаров, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

Товары 03 класса МКТУ *«басма [краситель косметический]; воск для удаления волос; воск для усов; карандаши для бровей; воск для бровей; маркеры для бровей; средства для бровей косметические; клеи для прикрепления искусственных ресниц; ресницы искусственные; клеи для прикрепления накладных волос; кондиционеры для волос; бальзамы для волос; красители для бороды и усов; красители косметические; кремы для кожи и волос; кремы косметические отбеливающие для кожи и волос; лаки для волос; лосьоны для волос; спреи для волос; гели для волос; воски для волос; маски для волос; масло для волос; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для осветления волос; средства для бровей косметические; средства для окрашивания волос; средства для перманентной завивки нейтрализующие; средства для ресниц*

косметические; средства косметические для окрашивания ресниц и бровей; тушь для ресниц; хна [краситель косметический]; шампуни; шампуни сухие; ампулы для волос; пилинги для волос и тела; скрабы для волос и тела; детокс для волос и тела; средства косметические для роста волос» заявленного обозначения являются однородными с товарами 03 класса МКТУ «*Soaps, perfumeries, essential oils, cosmetics, hair lotions*» («*мыла, парфюмерия, эфирные масла, косметика, лосьоны для волос*») противопоставленного знака [2], поскольку сравниваемые товары относятся к одному виду товаров (косметические средства), имеют сходные характерные особенности, одинаковый круг потребителей и условия реализации, а также имеют одинаковое назначение и область применения, то есть являются сопутствующими.

Услуги 35 класса МКТУ «*аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа*

оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж» заявленного обозначения являются однородными с услугами 35 класса МКТУ «*реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба*» противопоставленного товарного знака [1], поскольку сравниваемые услуги относятся к услугам в области бизнеса, услугам по продвижению товаров и рекламе, имеют одно назначение, область применения и круг потребителей.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-2] в отношении однородных товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 20.10.2022, изменить решение Роспатента от 27.06.2022, отказать в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021750855 с учетом дополнительных оснований.