


ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 09.02.2024, поданное Станкевич В.И., Россия (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022727734 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Обозначение « BORNE BOURGEOIS» по заявке №2022727734, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 27.04.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 03, 04, 05, 14, 16, 18, 24, 25 и 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 10.10.2023 о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 04 класса МКТУ «ночники [свечи]; свечи ароматические; свечи для новогодних елок; свечи для освещения; свечи соевые», товаров 05 класса МКТУ «антисептики», товаров 14 класса МКТУ «амулеты [изделия ювелирные]; анкеры [часовое производство]; браслеты [изделия ювелирные]; браслеты вышитые текстильные [изделия ювелирные]; браслеты для часов; брелоки для держателей для ключей; брелоки ювелирные; броши [изделия ювелирные]; булавки [изделия ювелирные]; булавки декоративные; булавки для галстуков; булавки для шляп ювелирные; держатели для ключей [кольца для ключей с брелоками]; держатели для ключей выдвижные; жемчуг

[изделия ювелирные]; жетоны медные; зажимы для галстуков; запонки; застежки для ювелирных изделий; изделия художественные из благородных металлов; изделия ювелирные; колье [изделия ювелирные]; кольца [изделия ювелирные]; нити золотые [изделия ювелирные]; серьги; цепи [изделия ювелирные]; цепочки для часов; часы наручные; часы, за исключением наручных; часы-браслеты; шкатулки для украшений», товаров 16 класса МКТУ «билеты; брошюры; буклеты; бумага упаковочная; издания периодические; издания печатные; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; листовки; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; принадлежности письменные; эмблемы [клейма бумажные]; этикетки из бумаги или картона», товаров 18 класса МКТУ «бирки багажные; бумажники; визитницы; держатели для кредитных карт [бумажники]; кожа веганская; кожа искусственная; кожа необработанная или частично обработанная; кошельки; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; органайзеры для чемоданов; портмоне; ранцы; ремешки кожаные; рюкзаки; сумки; сумки женские; сумки пляжные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки хозяйственные многоцветные; сумки школьные; футляры для ключей; чемоданы; этикетки кожаные», товаров 24 класса МКТУ «белье для домашнего хозяйства; белье постельное; белье столовое, за исключением бумажного; наволочки; на матрасники; покрывала постельные; простыни», услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; организация торговых ярмарок; оформление витрин; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; реклама; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]». В отношении всех товаров 03 и 25 классов МКТУ Роспатентом принято решение об отказе в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака (далее – решение Роспатента).

Указанное решение Роспатента было основано на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса. Так, согласно решению Роспатента, заявленное обозначение сходно до степени смешения со следующими знаками:

- серией знаков, включающих словесный элемент «BOURJOIS», правовая охрана которым предоставлена в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ (свидетельство №205159 (1), приоритет 02.02.2000 свидетельство №41143 (2), приоритет 13.04.1970,

международная регистрация №1273920 (3), конвенционный приоритет от 31.03.2015). Правообладателем знаков (1-3) является компания «КОТИ ФРАНС САС», Франция;

- со знаком «BOURJOIS» по международной регистрации №0318754 (4) (приоритет 20.09.2010), правовая охрана которому предоставлена на имя компании «Coty Brands Management GmbH», Германия, в отношении однородных товаров 25 класса МКТУ.


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

- заявленное обозначение и противопоставленные знаки (1-4) являются несходными в целом;

- при анализе словесных обозначений, включающих в свой состав элементы иностранного происхождения, целесообразно учитывать правила произношения этих слов, особенно, в случае, когда речь идет о заимствованиях. В данном случае заимствованы слова из французского языка и далеко не каждому российскому потребителю очевидны правила чтения французских слов, в том числе, и заимствованных в английский язык. Согласно исследованию ВЦИОМ, проведенному в 2019 г., свободно владеют английским лишь 5% россиян, французским – 0%; уровень владения английским для 31% россиян – «читаю, перевожу, могу объясняться в быту» и «знаю несколько фраз» для 27% (очевидно, что произношение слова «BOURGEOIS», свойственное устаревшей, научной и высокой лексике не входит в этот перечень), французским на уровне «читаю, перевожу, могу объясняться в быту» владеют 3% и «знаю несколько фраз» - 13%; остальные на указанных языках не говорят вообще (см. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/inostrannyj-yazyk-perspektivnaya-investicziya>). Очевидно, что российский потребитель будет произносить данные словесные элементы именно так, как он сможет их прочесть на русском языке, т.е. он будет транслитерировать эти словесные элементы;

- заявленное обозначение «BORNE BOURGEOIS» имеет транслитерацию на русский язык как «БОРНЕ БОУРГЕОИС», соответственно, спорный словесный элемент, входящий в состав заявленного обозначения, произносится на русский язык, как «БОУРГЕОИС». Противопоставленный товарный знак «БУРЖУА» зарегистрирован в кириллице и ни у кого в Российской Федерации не возникнет сложности в его прочтении и понимании его смысла, а именно «БУРЖУА». Очевидно, что словесный элемент «БУРЖУА» отличен от противопоставленного словесного элемента, как по своему написанию, так и по своему произношению. Ни один потребитель на рынке не сможет их спутать.

Противопоставленные знаки «BOURJOIS» (2-3) зарегистрированы в латинице. Данное слово является словом французского языка и имеет транслитерацию на русский язык, как: «БОУРЙОИС». Данный словесный элемент имеет перевод с французского на русский язык («БУРЖУА»). Очевидно, что заявленный словесный элемент «БОУРГЕОИС» отличен по своему звучанию с противопоставленным, а именно «БОУРЙОИС», несмотря на некоторое сходство в их написании;

- между заявленным обозначением «BORNE BOURGEOIS» и противопоставленными знаками «BOURJOIS» (2, 4) имеются схожие черты в написании второстепенного/слабого словесного элемента «BOURGEOIS». Безусловно, исполнение словесного элемента заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака заглавными буквами одного алфавита, стандартным шрифтом в одинаковом цвете усиливает их визуальное сходство, но не имеет решающее значение при восприятии обозначений в целом. В данном случае, основным и определяющим признаком сходства должен быть фонетический признак, так как данные обозначения будут произноситься российским потребителем на русском языке. Знак «» трудно прочитать, так как он выглядит как некая фантазийная композиция, состоящая из переплетения разных букв. Начальная буква «В» не прописана до конца, ее нужно додумывать. Вероятность визуального или зрительного смещения данного обозначения с заявляемым на регистрацию обозначением отсутствует. Общее зрительное впечатление, которое остается у потребителя от визуального восприятия знака (3) и заявленного на регистрацию обозначения не совпадают. Знак «БУРЖУА» (1) и заявленное обозначение также очень трудно спутать визуально в силу того, что сравниваемые обозначения исполнены буквами разных алфавитов, имеют разное количество словесных элементов;

- что касается семантического критерия, то анализируемое обозначение состоит из двух слов различных языков: английский и французский. Значение словесного элемента «BORNE» вряд ли известно российским потребителям, не обладающим специальными языковыми знаниями или специальным образованием. Слово «BORNE» не является словом общей лексики на уровне «читаю, перевожу, могу объясняться в быту» или ниже, на каком-то владеют английским 95% россиян, и не является описательным для товаров 03 и 25 классов МКТУ и никак не ассоциируется с ними. При этом самым близкой семантической ассоциацией уровней знания иностранного языка «читаю, перевожу, могу

объясняться в быту» и «знаю несколько фраз» является близкая форма *born* (рождённый), которая так или иначе известна любому когда-либо изучавшему английский в школе;

- значение французского слова «BOURGEOIS» совсем не очевидно простому потребителю, так как французский язык не является языком, который повсеместно изучают в школах и заимствования из французского языка не так часто распространены, как заимствования из английского языка. К тому же анализируемый словесный элемент «BOURGEOIS» не является словом общей лексики, которое постоянно у всех на слуху и смысл которого очевиден многим без словаря. При транслитерации спорного словесного элемента на русский язык и при написании его в кириллице, а именно: «БОУРГЕОИС» мы видим, что в нем по количеству содержится больше букв и оно более длинное по своему размеру, чем слово «БУРЖУА», таким образом, по семантике анализируемый словесный элемент никак не ассоциируется со словом «БУРЖУА» и с заложенным в него смыслом. Для российского потребителя словесный элемент «БОУРГЕОИС» выглядит как фантазийное слово, не имеющее определённого перевода на русский язык. Да и само русское слово «буржуа» в современном языке уже следует отнести к устаревшим и специально-историческим терминам, доказательством чему является выборка по данному слову в Национальном корпусе русского языка (онлайн-ресурс русскоязычных текстов, проект Института русского языка имени В.В. Виноградова РАН) среди 131 488 текстов, содержащих 374 449 975 слов: из 1472 примеров в 649 текстах только 228 примеров (около 15%) относятся к текстам, опубликованным начиная с 2000 года, при этом и в данных примерах контекст указывает, что речь идёт об исторических событиях 1-й пол. XX века и ранее;

- словесное обозначение «BORNE BOURGEOIS» может быть истолковано российским потребителем, как «рождённый буржуа», но для понимания этого смысла потребителю нужно обладать специальными лингвистическими познаниями или приложить дополнительные усилия и заглянуть в словарик и провести дополнительный поиск. А для среднего российского потребителя семантически сильным, доминирующим словесным элементом является не сложнопроизносимый «BOURGEOIS» и не словесно-графический «BOOB», а «BORNE», интуитивно ассоциируемый с «born» (рождённый). Причём важно и его композиционное расположение на верхней строчке. Очевидно, что любой потребитель начнет читать любую фразу со словесного элемента, который стоит на первом месте. Таким образом, именно на слово «BORNE» падает смысловое ударение, и

именно на нем будет в большей степени фиксироваться внимание потребителя. Эти доводы подтверждают и результаты поиска в Yandex: около 4 тыс. результатов для русского «БУРЖУА», около 5 тыс. результатов для «BOURJOIS», около 7 тыс. результатов для «BOURGEOIS», около 11 тыс. результатов для «BORNE BOURGEOIS», причём на первых страницах практически все связаны с обозначением заявителя, которым он индивидуализирует свои товары;

- таким образом, заявленное на регистрацию обозначение №2022727734 не является сходным до степени смешения с противопоставленными знаками (1-4) в отношении всех заявленных товаров 03 и 25 классов МКТУ и, следовательно, соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

В подтверждение изложенных доводов заявителем представлена распечатка информации из сети Интернет [1].

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 03 и 25 классов МКТУ.

Корреспонденцией от 13.03.2024, а также на заседании коллегии, состоявшемся 26.03.2024, от заявителя поступило ходатайство о переносе заседания коллегии с целью проведения переговоров о получении писем-согласий от правообладателей знаков (1-4). В удовлетворении данного ходатайства было отказано в силу непредсказуемости результатов переговоров и неопределенности сроков их завершения.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия установила следующее.

С учетом даты (27.04.2022) поступления заявки №2022727734 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 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.

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.

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.

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.

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).

Заявленному обозначение « BORNE BOURGEOIS» было отказано в государственной регистрации в качестве товарного знака ввиду его несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в рамках чего ему были противопоставлены знаки (1-4).

Противопоставленный знак «**БУРЖУА**» (1) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Анализ словарно справочных источников информации (см. www.dic.academic.ru, Энциклопедический словарь) показал, что слово «буржуа» означает представителя буржуазии, того, кто ведет буржуазный образ жизни, горожанин, бюргер. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Противопоставленный знак «**BOURJOIS**» (2) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Анализ словарей основных европейских языков (см. www.dic.academic.ru) показал, что слово «bourjois» не имеет лексических значений. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ.



Противопоставленный знак «» (3), несмотря на оригинальное графическое исполнение, прочитывается в качестве словесного элемента «BOURJOIS», выполненного буквами латинского алфавита с хаотичным расположением букв. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ.


Противопоставленный знак «BOURJOIS» (4) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении, в том числе, товаров 03 и 25 классов МКТУ.

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

Заявленное обозначение является фонетически сходным со знаками (1-4). Так, в состав заявленного обозначения входит элемент «BOURGEOIS», прочтение которого, как указывается заявителем, вряд ли знакомо среднему российскому потребителю. Вместе с тем, данный словесный элемент «BOURGEOIS», а также словесный элемент «BOURJOIS» знаков (2-4) имеют семь совпадающих букв [b o u r o i s], расположенных в одной и той же последовательности, которые могут быть одинаково прочитаны российским потребителем, отличающимися являются лишь буквы «ge» / «j», помещенные в средней редуцированной позиции сравниваемых слов, данные буквы не придают качественных фонетических различий сравниваемым обозначениям. Кроме того, нельзя исключать возможность близкого или тождественного фонетического воспроизведения знака «БУРЖУА» (1) со словесным элементом «BOURGEOIS» заявленного обозначения, который, согласно словарям, способен быть прочитан как «буржуа», «буэжва»¹.

Что касается слова «BORNE» заявленного обозначения, то, как правомерно отмечено в решении Роспатента, оно отделено от элемента «BOURGEOIS» ввиду их размещения на разных строках, в связи с чем воспринимается в качестве независимого элемента, вместе с тем, даже если включить его в анализ на звуковое сходство между заявленным обозначением и знаками (1-4), то следует отметить, что данное слово является коротким, тогда как фонетически сходные слова «BOURGEOIS», «BOURJOIS», «БУРЖУА» сравниваемых обозначений имеют большую протяженность звучания, что обуславливает вывод о близком звучании заявленного обозначения и знаков (1-4).

¹ <https://translate.academic.ru/bourgeois/xx/ru/>

Заявитель приводит довод о том, что в заявленное обозначении включен элемент », который прочитывается как «BOOB» и придает фонетические отличия заявленному обозначению от знаков (1-4). Однако, указанное мнение заявителя ничем не подкреплено и противоречит описанию, приведенному в материалах заявки («слева от словесного обозначения расположен уникальный графический элемент»).

Относительно семантического критерия сходства установлено следующее. Отсутствие лексических значений у словесных элементов «BOURJOIS» знаков (2-4) не позволяет сравнить данные знаки по семантике с заявленным обозначением. Кроме того, в том случае, если российский потребитель не знаком с семантикой заявленного обозначения, то его нельзя сравнить по смысловому критерию сходства со знаком (1). При этом, если потребитель все-таки обратится к словарям, то заявленное обозначение переводится как «рожденный буржуа»², что свидетельствует о его семантическом сходстве со знаком «БУРЖУА» (1).

Графически заявленное обозначение и знаки (1-4) имеют отдельные отличия, заключающиеся в наличии в составе заявленного обозначения изобразительного элемента и дополнительного словесного элемента, исполнении словесных элементов заявленного обозначения и знака (1) буквами различных алфавитов, оригинальном графическом исполнении знака (3) и т.д. Вместе с тем, коллегия констатирует и признаки визуального сходства между заявленным обозначением и знаками (1-3), заключающиеся в исполнении их словесных элементов заглавными буквами латинского алфавита черного цвета.

С учетом вышеизложенного, коллегия приходит к выводу о высокой степени сходства заявленного обозначения и знаков (1-4).

Заявленные товары 03 класса МКТУ «ароматизаторы [эфирные масла]; бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; блески для губ; вата для косметических целей; вата, пропитанная препаратами для удаления макияжа; вода ароматическая; вода жавелевая; вода лавандовая; вода мицеллярная; вода туалетная; дезодоранты для человека или животных; диффузоры с палочками ароматические; древесина ароматическая; духи; изделия парфюмерные; карандаши косметические; красители косметические; краски для тела косметические; кремы косметические; кремы косметические отбеливающие; кремы на основе эфирных масел для использования в

² https://translate.yandex.ru/?source_lang=en&target_lang=ru&text=borne%20bourgeois

ароматерапии; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; маски косметические; маски листовые для косметических целей; маски с паровым нагревом одноразовые, не для медицинских целей; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; масла эфирные из кедра; молочко туалетное; мыла; мыла дезодорирующие; мыла кусковые туалетные; наборы косметические; наклейки для глаз гелевые косметические; одеколон; пасты зубные; патчи для глаз гелевые косметические; пемза; помады для косметических целей; препараты для ванн косметические; препараты для удаления макияжа; препараты для ухода за ногтями; препараты коллагеновые для косметических целей; препараты с алоэ вера для косметических целей; пудра для макияжа; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; салфетки, пропитанные препаратами для удаления макияжа; свечи массажные для косметических целей; смеси ароматические из цветов и трав; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; средства для ухода за кожей косметические; средства косметические; средства косметические для детей; средства фитокосметические; тоники для косметических целей; шампуни; экстракты цветочные [парфюмерия]» идентичны или в высокой степени однородны товарам 03 класса МКТУ «мыла; парфюмерные изделия; эфирные масла, косметические средства, лосьоны для волос; зубные порошки, пасты» знака (1), товарам 03 класса МКТУ «все товары, парфюмерии и ухода за красотой, румяна, косметика, лосьоны для волос, эфирные масла, туалетные мыла, зубной порошок и паста» знака (2), товарам 03 класса МКТУ «preparations for skin, scalp, hair or nail care; cosmetic preparations for application on the skin, scalp, hair or nails; soaps; perfumery products; essential oils; cosmetics; toiletries for non-medical use; cosmetic dyes; cosmetic kits; adhesives for cosmetic use; bleaching preparations [decolorants] for cosmetic use; tissues impregnated with cosmetic lotions; cosmetic skin-tanning preparations; decorative transfers for cosmetic use; oils for perfumes and scents; beauty masks; air fragrances; false nails; false eyelashes, massage gels other than for medical use; lipstick cases; nail art stickers» («препараты для ухода за кожей, кожей головы, волосами или ногтями; косметические препараты для нанесения на кожу, волосистую часть головы, волосы или ногти; мыло; парфюмерная продукция; эфирные масла; косметика; туалетные принадлежности для немедицинского использования; косметические красители; косметические наборы; клеи для косметического применения; препараты отбеливающие

[обесцвечивающие средства] для косметического применения; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; косметические средства для загара; декоративные трансферы для косметического использования; масла для парфюмерии и ароматизаторов; косметические маски; ароматизаторы воздуха; накладные ногти; накладные ресницы, гели массажные, не предназначенные для медицинского применения; футляры для губной помады; наклейки для ногтей») знака (3), товарам 03 класса МКТУ «bleaching preparations and other substances for laundry use, cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations, perfumes, eaux-de-Cologne, toilet water, lotions, sprays, beauty preparations (powders, powder-creams, creams, make-up foundations, make-up for the eyes, deodorizing products), lipsticks, talcum powders, hair products and soaps and, generally, all perfumery and beauty products, soap products, make-up, essential oils, cosmetics, dentifrices» («отбеливающие и другие вещества для стирки, чистящие, полирующие, чистящие и абразивные препараты, парфюмерия, одеколоны, туалетная вода, лосьоны, спреи, косметические средства (пудры, кремы-пудры, кремы, основы под макияж, косметические средства), средства для глаз, дезодорирующие средства), помады, тальк, средства для волос и мыло и вообще вся парфюмерно-косметическая продукция, мыльная продукция, декоративная косметика, эфирные масла, косметика, средства для ухода за зубами») знака (4). Сравнимые товары относятся к одним родовым группам (средства ароматизирующие, косметика декоративная и уходовая, парфюмерия, принадлежности для косметических целей, препараты для ухода за текстильными изделиями, мыла, средства для ухода за зубами и полостью рта, препараты абразивные, средства для ухода за волосами), могут быть произведены одним лицом, иметь совместные каналы реализации, один круг потребителей, а также взаимодополняемость, взаимозаменяемость.

Однородными являются и товары 25 класса МКТУ «банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеющиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаша; гамаша короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы

для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для лица [одежда], не предназначенные для медицинских или санитарных целей; маски для сна; меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь; обувь гимнастическая; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда спортивная с цифровыми датчиками; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки велосипедные; перчатки водительские; перчатки для лыжников; перчатки теплые для устройств с сенсорным экраном; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда]; пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви

носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для ботс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» заявленного обозначения и товары 25 класса МКТУ «all types of clothing, including boots, shoes and slippers» («все виды одежды, включая ботинки, туфли и тапочки») знака (4). Сравнимые товары однородны по роду, назначению, условиям реализации, адресной группе потребителей, взаимодополняемости.

Однородность сравниваемых видов товаров и услуг в возражении не оспаривается.

В отношении анализа однородности товаров, для которых испрашивается предоставление правовой охраны знаку заявленному обозначению и в отношении которых зарегистрированы противопоставленные знаки (1-4), коллегия учитывала, что вероятность смешения заявленного обозначения и знаков (1-4) определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров. При этом, смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда). В рассматриваемом случае была установлена высокая степень сходства сравниваемых обозначений, а также высокая степень однородности сравниваемых товаров 03 и 25 классов МКТУ, что может привести к высокой вероятности смешения данных товаров, маркированных сравниваемыми обозначениями, в гражданском обороте.

Знаки (1-3) представляют собой серию знаков одного лица (компании «КОТИ ФРАНС САС»), которые обладают определенной степенью известности среди российских потребителей. Указанное относится к обстоятельствам, повышающим опасность смешения заявленного обозначения и знаков (1-3).

Кроме того, высокая вероятность смешения знаков обусловлена тем, что сравниваемые товары 03 и 25 классов МКТУ относятся к товарам широкого потребления, степень внимательности покупателя к которым значительно снижена.

С учетом вышеизложенного, заявленное обозначение не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса в рамках его сходства до степени смешения со знаками (1-4) в

отношении однородных товаров 03 и 25 классов МКТУ. таким образом, оснований для отмены оспариваемого решения Роспатента не имеется.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 09.02.2024, оставить в силе решение Роспатента от 10.10.2023.