

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 возражение, поступившее 17.06.2021, поданное ООО «ВРЕМЯ КРАСОТЫ», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №801560, при этом установлено следующее.

Регистрация товарного знака « **ВЫБОР КРАСОТЫ**
СЕТЬ САЛОНОВ» с приоритетом от 22.10.2019 по заявке № 2019753409 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 15.03.2021 за № 801560. Товарный знак зарегистрирован на имя ИП Геворкяна А.М., Московская область (далее – правообладатель), в отношении услуг 44 класса МКТУ, перечисленных в перечне свидетельства.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 17.06.2021 выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 801560 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3, 6, 8 статьи 1483 Кодекса.

Возражение основано на следующих доводах:

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем исключительного



права на товарный знак «» по свидетельству № 639248 с приоритетом от 14.03.2017 в отношении услуг 44 класса МКТУ;

- оспариваемый товарный знак « **ВЫБОР КРАСОТЫ**
СЕТЬ САЛОНОВ» является сходным до



степени смешения с ранее зарегистрированным товарным знаком «» по свидетельству № 639248, так как сравниваемые обозначения содержат в своем составе фонетически и визуально сходные словесные элементы «ВЫБОР КРАСОТЫ»/«Время Красоты»;

- для защиты своих прав ООО «Время Красоты» в ноябре 2020 года обратилось в Арбитражный суд г. Москвы с иском о: 1) запрете ответчикам использовать для целей рекламы и продвижения услуг, подпадающих под класс 44 класс МКТУ, обозначения, сходные с принадлежащим ООО «Время Красоты» товарным знаком, в любой форме и способом, в том числе в сети «Интернет», включая, но не ограничиваясь, в доменном имени VKRASOTY.COM и при иных способах адресации; 2) взыскании с ответчиков компенсации за незаконное использование обозначения, сходного до степени смешения с принадлежащим ООО «Время Красоты» товарным знаком на вывесках салонов красоты, а также в сети

«Интернет», включая доменное имя VKRASOTY.COM; 3) обязанности ответчиков уничтожить вывески салонов «Время Красоты»;

- этот иск был впоследствии частично удовлетворен – решение Арбитражного суда города Москвы от 29.03.2021 № А40-304166/19-27-2391;

- как указано в решении Арбитражного суда города Москвы по делу № А40-304166/19-27-2391 (стр. 7-8 Решения, приложение № 1) «обозначение «Выбор Красоты», которое продолжает использоваться Ответчиками на сайте www.vkrasoty.com, сходно до степени смешения со словесным элементом товарного знака Истца «Время Красоты», поскольку оба словосочетания имеют одно и то же второе слово «Красоты», при этом слова «Выбор» и «Время» являются сходными по звуковому критерию, поскольку начинаются с буквы «В», имеют одинаковое количество букв и слогов», что свидетельствует о сходстве сравниваемых обозначений;

- услуги 44 класса МКТУ «услуги медицинские; услуги в области гигиены и косметики для людей и животных; бани общественные для гигиенических целей; бани турецкие; ваксинг / восковая депиляция; имплантация волос; логопедия / услуги по исправлению дефектов речи; маникюр; мануальная терапия [хиропрактика]; массаж; ортодонтия / услуги ортодонтические; парикмахерские; пирсинг; помощь зубоврачебная / стоматология; салоны красоты; санатории; советы по вопросам здоровья; татуирование; услуги бальнеологических центров; услуги визажистов; услуги домов для выздоравливающих; услуги медицинских клиник; услуги нетрадиционной медицины; услуги оптиков; услуги психологов; услуги саун; услуги соляриев; услуги телемедицины; услуги терапевтические; уход за больными; физиотерапия; хирургия пластическая» оспариваемого обозначения являются однородными услугам 44 класса МКТУ «медицинские услуги; услуги в области гигиены и косметики для людей и животных; бани общественные для гигиенических целей; бани турецкие; больницы; ваксинг; восковая депиляция; центры здоровья; имплантация волос; консультации медицинские для людей с ограниченными возможностями; консультации по вопросам фармацевтики; лечение гомеопатическими эссенциями; услуги в области ароматерапии; маникюр;

мануальная терапия [хиропрактика]; массаж; ортодонтия; услуги ортодонтические; парикмахерские; пирсинг; помощь акушерская; помощь зубоврачебная; стоматология; помощь медицинская; салоны красоты; служба банков крови; советы по вопросам здоровья; татуирование; услуги банка человеческих тканей; услуги визажистов; услуги медицинских клиник; услуги нетрадиционной медицины; услуги оптиков; услуги психологов; услуги саун; услуги соляриев; услуги телемедицины; услуги терапевтические; физиотерапия; хирургия пластическая; хосписы» противопоставленного товарного знака по свидетельству № 639248, так как сравниваемые услуги относятся к услугам общемедицинским, а также к услугам центров красоты и здоровья, имеют одно назначение, сферу применения, круг потребителей;



- благодаря длительному использованию на рынке обозначения «» для общемедицинских услуг, а также для услуг центров красоты и здоровья, существует вероятность, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №801560 может быть воспринят как товарный знак, принадлежащий ООО «ВРЕМЯ КРАСОТЫ», Москва, вследствие чего потребители будут введены в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги 44 класса МКТУ;

- фирменное наименование лица, подавшего возражение, ООО «ВРЕМЯ КРАСОТЫ» зарегистрировано в 2011 году, что позволяет признать факт возникновения прав на фирменное наименование у лица, подавшего возражение, ранее даты приоритета оспариваемого знака; фирменное наименование лица, подавшего возражение, - «ВРЕМЯ КРАСОТЫ» сходно до степени смешения с оспариваемым товарным знаком «» за счет вхождения в сравниваемые обозначения фонетически и визуально сходных словесных элементов «ВЫБОР КРАСОТЫ»/«ВРЕМЯ КРАСОТЫ»;

- ежегодно лицо, подавшее возражение, обслуживает сотни и даже тысячи клиентов (Приложение № 3), при этом используется фирменное наименование,

информация об этой фирме распространяется среди потребителей данных услуг. Статьи о работе ООО «Время Красоты» и рекламные материалы регулярно публикуются в ведущих журналах по этой тематике (приложения № 4, 5);

- лицо, подавшее возражение, ежегодно тратит значительные средства (приложение № 2) на рекламу оказания своих услуг под этим наименованием, таким образом, рекламирует и продвигает это свое наименование на рынке;

- фирменное наименование лица, подавшего возражение, активно используется на рабочей документации: на фирменных бланках организации, на договорах с клиентами и актах об оказании услуг (приложение № 6), а также на сайте www.vrkr.ru в сети «Интернет».

На основании вышеизложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 801560 недействительным на основании пунктов 3, 6, 8 статьи 1483 Кодекса в отношении следующих услуг:

44 класс: услуги медицинские; услуги в области гигиены и косметики для людей и животных; бани общественные для гигиенических целей; бани турецкие; ваксинг / восковая депиляция; имплантация волос; логопедия / услуги по исправлению дефектов речи; маникюр; мануальная терапия [хиропрактика]; массаж; ортодонтия / услуги ортодонтические; парикмахерские; пирсинг; помощь зубоврачебная / стоматология; салоны красоты; санатории; советы по вопросам здоровья; татуирование; услуги бальнеологических центров; услуги визажистов; услуги домов для выздоравливающих; услуги медицинских клиник; услуги нетрадиционной медицины; услуги оптиков; услуги психологов; услуги саун; услуги соляриев; услуги телемедицины; услуги терапевтические; уход за больными; физиотерапия; хирургия пластическая.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Решение суда по делу № А40-304166/19-27-2391 от 29.03.2021;
2. Справка о расходах на рекламу ООО «Время Красоты»;
3. Справка о количестве обслуженных клиентов ООО «Время Красоты»;
4. Список публикаций об ООО «Время Красоты»;

5. Копии публикаций о ООО «Время Красоты»;
6. Рабочая документация ООО «Время Красоты»;
7. Выдача на запрос «Время Красоты» поисковым сервером Яндекс;
8. Договор об оказании платных медицинских услуг от 25.05.2019;
9. Договор об оказании платных медицинских услуг от 15.05.2019;
10. Договор об оказании платных медицинских услуг от 17.05.2019;
11. Договор об оказании платных медицинских услуг от 29.03.2019;
12. Договор об оказании платных медицинских услуг от 19.04.2019.

В адрес правообладателя, указанный в Госреестре, 06.07.2021 было направлено уведомление о поступившем возражении и о дате заседания коллегии по его рассмотрению, назначенной на 19.08.2021.

На заседании коллегии 19.08.2021 правообладатель присутствовал, представил отзыв по мотивам поступившего 17.06.2021 возражения не представил.

В своем отзыве от 19.08.2021 по мотивам поступившего 17.06.2021 возражения правообладатель отмечал следующее:

- оспариваемый товарный знак по свидетельству № 801560 не является сходным до степени с противопоставляемым товарным по свидетельству № 639248, поскольку они различаются по фонетическому и визуальному признакам сходства;

- оспариваемый товарный знак по свидетельству № 801560 прочитывается [ВЫБОР КРАСОТЫ СЕТЬ САЛОНОВ], в то время как противопоставленный товарный знак по свидетельству № 639248 имеет звучание [ВРЕМЯ КРАСОТЫ КЛИНИКА ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ], то есть сравниваемые товарные знаки имеют разное количество слогов, слов, состав гласных и согласных звуков, что определяет их фонетическое различие;

- оспариваемый товарный знак по свидетельству № 801560 и противопоставленный товарный знак по свидетельству № 639248 различаются по визуальному признаку сходства, так как выполнены разными видами и размерами шрифтов;

- словесный элемент «красоты» в сравниваемых обозначениях является более слабым компонентом словосочетаний, поскольку часто встречается в товарных знаках, зарегистрированных для услуг 44 класса МКТУ (приложение № 13);

- правообладатель не находит мотивированным довод лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого обозначения основаниям, предусмотренным пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, так как в материалах возражения отсутствуют какие-либо документы, которые свидетельствовали бы о широкой известности российским потребителям как самого лица, подавшего возражение – ООО «ВЫБОР КРАСОТЫ», так и соответствующих услуг, которые бы оказывались данным лицом в значительных объемах в течение достаточно длительного периода времени до даты приоритета оспариваемого товарного знака, и подтверждали бы их восприятие потребителями исключительно в неразрывной ассоциативной связи между собой. К возражению не приложены какие-либо доказательства, которые содержали бы сведения о доказанном факте наличия у потребителей тех или иных определенных устойчивых ассоциативных связей при восприятии оспариваемого товарного знака именно с лицом, подавшим возражение - с ООО «ВЫБОР КРАСОТЫ» (например, не представлен социологический опрос, который показал бы, что потребители путают сравниваемые обозначения при заказе услуг 44 класса МКТУ).

К отзыву были приложены следующие материалы:

13. Информация о товарных знаках, словесные элементы которых включают охраняемое слово «красоты»;
14. Выписка из ЕГРЮЛ об ООО «ВРЕМЯ КРАСОТЫ»;
15. Распечатки толковых словарей русского языка о значении слов «выбор», «время», «красота».

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (22.10.2019) 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 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.

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).

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.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или 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.

При установлении способности обозначения ввести потребителя в заблуждение учитываются в том числе сведения о товарных знаках или иных средствах индивидуализации, предоставление правовой охраны которым признано недействительным на том основании, что действия правообладателя, связанные с их регистрацией и использованием, были признаны в установленном законодательством Российской Федерации порядке актом недобросовестной конкуренции или злоупотреблением правом на основании решения федерального антимонопольного органа и его территориальных органов или решения суда.

В соответствии с пунктом 8 статьи 1483 Кодекса, в частности, не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения), права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

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.

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительной предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

В качестве основания для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку « **ВЫБОР КРАСОТЫ**
СЕТЬ САЛОНОВ» по свидетельству № 801560 лицом, подавшим возражение, указывается несоответствие произведенной регистрации требованиям пунктов 3, 6, 8 статьи 1483 Кодекса.

Лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарного знака


Время Красоты
КАРНАВАЛ И ТЕАТРАЛЬНЫЙ КОСМЕТИК» по свидетельству № 639248 (с более ранним приоритетом), который, по его мнению, является сходным до степени смешения с оспариваемым товарным знаком №801560 и зарегистрирован в отношении однородных услуг 44 класса МКТУ.

Также коллегией принято во внимание то обстоятельство, что основанием для подачи возражения, в том числе, явилось столкновение исключительных прав на оспариваемый товарный знак по свидетельству №801560 с фирменным наименованием, используемым лицом, подавшим возражение.

Таким образом, лицо, подавшее возражение, является заинтересованным лицом в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №801560 в отношении услуг 44 класса МКТУ по основаниям, указанным в пунктах 3, 6, 8 статьи 1483 Кодекса.

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №801560 представляет собой комбинированное обозначение « **ВЫБОР КРАСОТЫ**
СЕТЬ САЛОНОВ», состоящее из стилизованного графического элемента и из словесных элементов «ВЫБОР КРАСОТЫ», «СЕТЬ САЛОНОВ», выполненных оригинальными шрифтами заглавными буквами русского алфавита. Словесные элементы «СЕТЬ САЛОНОВ» указаны в качестве неохраняемых элементов. Товарный знак зарегистрирован в отношении услуг 44 класса МКТУ.

Наиболее значимым элементом оспариваемого обозначения является элемент «ВЫБОР КРАСОТЫ», который выполнен крупным шрифтом в центре знака и акцентирует на себя внимание потребителя, в связи с чем именно по нему происходит запоминание знака в целом.



Противопоставленный товарный знак « [1] представляет собой комбинированное обозначение, состоящее из геометрической фигуры в виде окружности, в которую вписаны буквы «ВК», и из словесных элементов «Время Красоты», «КЛИНИКА ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ», выполненных оригинальными шрифтами заглавными и строчными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении услуг 44 класса МКТУ.

Наиболее значимым элементом противопоставленного товарного знака [1] является элемент «Время Красоты», который выполнен крупным шрифтом в центре знака и акцентирует на себя внимание потребителя, в связи с чем именно по нему происходит запоминание знака в целом.

По мнению лица, подавшего возражение, сходство сравниваемых знаков обусловлено тем, что они содержат в своем составе фонетически и визуально сходные словесные элементы «ВЫБОР КРАСОТЫ»/«Время Красоты».

Коллегия обращает внимание на то, что часть «Красоты», входящая в состав сравниваемых обозначений, будет являться слабой по отношению к зарегистрированным услугам 44 класса МКТУ, связанным, в том числе, с улучшением внешности человека, так как используется различными лицами,



оказывающими услуги 44 класса МКТУ (например, в товарных знаках « КРАСОТЫ »),

«СОЗВЕЗДИЕ КРАСОТЫ», «», «МИР КРАСОТЫ», «ТЮБИК КРАСОТЫ» по свидетельствам №№ 366169, 366170, 702301, 700950, 764982), на что правообладатель указывал в своем отзыве от 19.08.2021 (приложение № 13).

Согласно правоприменительной практике, изложенной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» оценка сходства осуществляется по результатам сравнения товарного знака и обозначения учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство - сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Следует констатировать, что в сравниваемых обозначениях сильными элементами являются начальные словесные элементы «ВЫБОР»/«Время».

Словесные элементы «ВЫБОР» и «Время» характеризуются различными буквенным и звуковым составом, что обуславливает вывод об их фонетических отличиях.

Словесный элемент «ВЫБОР» оспариваемого обозначения обозначает «одна из форм (наряду с пространством) существования бесконечно развивающейся материи последовательная смена её явлений и состояний» (<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/29606>), в то время как словесный элемент «Время» противопоставленного товарного знака [1] представляет собой «разрешение неопределенности в деятельности человека в условиях множественности альтернатив путем принятия на себя ответственности за реализацию одной из имеющихся возможностей» (<https://academic.ru/searchall.php/Word=выбор&from=xx&to=ru&did=ogegova&stype>); таким образом, сравниваемые обозначения вызывают различные ассоциации в сознании потребителей, что отличает сравниваемые обозначения по семантическому признаку сходства.

Сравниваемые обозначения включают в себя различные изобразительные элементы, выполнены разными размерами и видами шрифтов, что обуславливает различие сравниваемых обозначений по визуальному признаку сходства.

В соответствии с изложенным, коллегия пришла к выводу, что сопоставляемые обозначения не ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать вывод о том, что они не являются сходными до степени смешения.

Анализ однородности услуг 44 класса МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана оспариваемому товарному знаку по свидетельству №801560, и услуг 44 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], показал следующее.

Услуги 44 класса МКТУ «услуги медицинские; услуги в области гигиены и косметики для людей и животных; бани общественные для гигиенических целей; бани турецкие; ваксинг / восковая депиляция; имплантация волос; логопедия / услуги по исправлению дефектов речи; маникюр; мануальная терапия [хиропрактика]; массаж; ортодонтия / услуги ортодонтические; парикмахерские; пирсинг; помощь зубоврачебная / стоматология; салоны красоты; санатории; советы по вопросам здоровья; татуирование; услуги бальнеологических центров; услуги визажистов; услуги домов для выздоравливающих; услуги медицинских клиник; услуги нетрадиционной медицины; услуги оптиков; услуги психологов; услуги саун; услуги соляриев; услуги телемедицины; услуги терапевтические; уход за больными; физиотерапия; хирургия пластическая» оспариваемого обозначения являются однородными услугам 44 класса МКТУ «медицинские услуги; услуги в области гигиены и косметики для людей и животных; бани общественные для гигиенических целей; бани турецкие; больницы; ваксинг; восковая депиляция; центры здоровья; имплантация волос; консультации медицинские для людей с ограниченными возможностями; консультации по вопросам фармацевтики; лечение гомеопатическими эссенциями; услуги в области ароматерапии; маникюр; мануальная терапия [хиропрактика]; массаж; ортодонтия; услуги ортодонтические; парикмахерские; пирсинг; помощь акушерская; помощь зубоврачебная; стоматология; помощь медицинская; салоны красоты; служба банков крови; советы по вопросам здоровья; татуирование; услуги банка человеческих тканей; услуги визажистов; услуги медицинских клиник; услуги нетрадиционной медицины; услуги

оптиков; услуги психологов; услуги саун; услуги соляриев; услуги телемедицины; услуги терапевтические; физиотерапия; хирургия пластическая; хосписы» противопоставленного товарного знака [1], так как сравниваемые услуги относятся к услугам общемедицинским, а также к услугам центров красоты и здоровья, имеют одно назначение, сферу применения, круг потребителей.

Вместе с тем, при установленном несхождении оспариваемого знака с противопоставленным товарным знаком [1] наличие однородности услуг не приводит к вероятности смешения сравниваемых товарных знаков в гражданском обороте.

В отношении довода лица, подавшего возражения, про то, что «как указано в решении Арбитражного суда города Москвы по делу № А40-304166/19-27-2391 (стр. 7-8 Решения, приложение № 1) «обозначение «Выбор Красоты», которое продолжает использоваться Ответчиками на сайте www.vkrasoty.com, сходно до степени смешения со словесным элементом товарного знака Истца «Время Красоты», поскольку оба словосочетания имеют одно и то же второе слово «Красоты», при этом слова «Выбор» и «Время» являются сходными по звуковому критерию, поскольку начинаются с буквы «В», имеют одинаковое количество букв и слогов», что свидетельствует о сходстве сравниваемых обозначений», коллегия отмечает, что рассматривает сравниваемые обозначения в том виде, как они зарегистрированы, а не в том виде, как они реально используются в ходе ведения деятельности, в силу чего не может принять данный довод во внимание.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №801560 противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, следует признать неубедительным.

Что касается довода возражения о том, что оспариваемое обозначение не соответствует пункту 8 статьи 1483 Кодекса, коллегия сообщает следующее.

Для того чтобы сделать вывод о несоответствии товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, в данном случае, требуется наличие ниже перечисленных признаков:

- обозначение должно быть тождественным или сходным до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием;
- право на фирменное наименование возникло ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака;
- фирменное наименование используется в отношении однородных товаров (услуг).

Согласно выписке из ЕГРЮЛ, размещенной на официальном сайте Федеральной налоговой службы <https://www.nalog.ru/>, право на фирменное наименование «ВРЕМЯ КРАСОТЫ», возникло у лица, подавшего возражение (ОГРН 11177463477730), с даты 03.05.2011 регистрации в качестве юридического лица, т.е. ранее даты приоритета (22.10.2019) оспариваемого товарного знака по свидетельству №801560.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ, видами деятельности лица, подавшего возражение, являются, в частности, общая врачебная практика, деятельность в области медицины прочая, не включенная в другие группировки, деятельность по уходу с обеспечением проживания.

При рассмотрении дел о нарушении права на фирменное наименование лицо, подавшее возражение, должно доказать, какими видами деятельности оно фактически занимается, поскольку именно фактическое осуществление деятельности, однородной товарам и услугам, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, создает реальную угрозу смешения различных производителей и поставщиков товаров и услуг в глазах потребителя.

В подтверждение своей фактической деятельности лицо, подавшее возражение, представило договоры на оказание платных медицинских услуг (приложения № 8, 9, 10, 11, 12). Согласно данным договорам ООО «ВРЕМЯ КРАСОТЫ» обязывалось оказать на возмездной основе медицинские услуги различным частным лицам до даты приоритета оспариваемого товарного знака. Данные документы подтверждают наличие у ООО «ВРЕМЯ КРАСОТЫ» фирменного наименования «ВРЕМЯ КРАСОТЫ» и ведение им деятельности по оказанию платных медицинских услуг, однако, так как сравниваемые обозначения

были признаны коллегией несходными (анализ приведен по тексту заключения выше), нет оснований полагать, что оспариваемое обозначение каким-либо образом нарушает пункт 8 статьи 1483 Кодекса.

Что касается доводов возражения о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, то необходимо отметить следующее.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №801560 сам по себе не может вводить потребителя в заблуждение ни относительно услуг, ни относительно места оказания услуг, поскольку не несет в себе информации относительно лица, оказывающего услуги 44 класса МКТУ.

Кроме того, довод о способности введения потребителей в заблуждение, как правило, определяется через ассоциативный ряд при восприятии потребителем обозначения, вызывая у него различные представления об изготовителе. Такая способность может возникнуть в результате ассоциаций с иным производителем, основанных на предшествующем опыте.

Для вывода о возникновении такой ассоциации необходимо наличие доказательств, не только подтверждающих введение в гражданский оборот услуг со сходным обозначением иного производителя, но и подтверждение возникновения у потребителей ассоциативной связи между самими услугами и лицами, оказывающими данные услуги.

Приоритет оспариваемого товарного знака №801560 - 22.10.2019, то есть документы, которые датированы позже указанной даты или которые не имеют исходных данных не могут быть проанализированы в настоящем решении (часть документов приложения №4, часть документов приложения № 5).

В ходе анализа иных представленных документов коллегией было установлено следующее. Ни из представленных договоров на оказание платных медицинских услуг (приложения №№ 8, 9, 10, 11, 12), ни из публикаций (часть документов приложения №4, часть документов приложения № 5), ни из рабочей документации (приложение №6), равно как из справки о расходах на рекламу ООО «Время Красоты» (приложение № 2) нельзя сделать вывод о том, каким

именно обозначением маркировалась данная продукция. Вместе с тем фигурирующее в данных документах иное средство индивидуализации лица, подавшего возражение, а именно его фирменное наименование, как было установлено выше, не ассоциируется с оспариваемым товарным знаком.

Таким образом, лицом, подавшим возражение, не были представлены документы, которые бы приводили к выводу о том, что на дату приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №801560 у потребителя имелись стойкие ассоциации между этим товарным знаком и используемым средством индивидуализации ООО «ВРЕМЯ КРАСОТЫ», Москва, как происходящими из одного источника. Следовательно, довод возражения о способности оспариваемого товарного знака вызывать у потребителя не соответствующие действительности представления и вводить его в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги по смыслу требований, изложенных в пункте 3 (1) статьи 1483 Кодекса, не является убедительным.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 17.06.2021, оставить правовую охрану товарного знака по свидетельству №801560.