

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 31.01.2024, поданное ООО «БИОФАРМУС», Московская обл., г. Подольск (далее — лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №446185, при этом установлено следующее.

АТОПИК/
АТОРИС

Регистрация оспариваемого словесного товарного знака «» произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) 21.10.2011 за №446185 по заявке №2010721512 с приоритетом от 05.07.2010 на имя ООО «АвантаСайнс», Москва (далее - правообладатель) для товаров 03, 05 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 31.01.2024 поступило возражение, в котором изложено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №446185 предоставлена в нарушение требований пунктов 1, 3 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак не обладает различительной способностью, поскольку состоит из слова «АТОРІС» на английском языке и его транслитерации на русском языке «АТОПИК», указывающего на свойство и назначение товаров;

- словесный элемент «АТОРІС» имеет перевод с английского языка как «атопический» (<https://translate.academic.ru/atopic/ru/xx/>) прилагательное, а- + греч.topos место, положение, характеризующийся необычной локализацией (Большой медицинский словарь. 2000г., см. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/medic2/4295>);

- термин «атопический» обычно используется для обозначения совокупности заболеваний, связанных с иммунной системой – atopический дерматит (представляет собой хроническое рецидивирующее воспалительное заболевание кожи со сложным патогенезом, с участием генетической предрасположенности, дисфункции иммунологического и эпидермального барьера, а также факторов окружающей среды. Главным симптомом является зуд, высыпания на коже варьируют от легкой эритемы до тяжелой лихенификации и эритродермии);

- правообладатель товарного знака на своем официальном сайте <https://atopicbaby.ru/>, презентуя свою продукцию, прямо указывает на то, что выпускает косметические продукты, которые улучшают состояние кожи и самочувствие при atopическом дерматите, экземе;

- кроме того, на флаконах указано назначение продукции, а именно, для atopической, чувствительной и сухой кожи;

- следовательно, обозначение «АТОРІС / АТОПИК» не соответствует критериям охраноспособности, так как указывает на свойства и назначение товара в отношении части товаров 03 и 05 классов МКТУ;

- слово «АТОРІС» способно порождать в сознании потребителя ассоциации с тем, что товар предназначен для борьбы с atopическим дерматитом или экземой, то есть с сухостью и поражениями кожи, вместе с тем не все товары, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, имеют такие свойства;

- в отношении товаров 03 класса МКТУ «препараты для отбеливания и прочие вещества для стирки; препараты для чистки, полирования, обезжиривания и абразивной обработки; вата для косметических целей, вещества ароматические, вода лавандовая, наборы косметические, туалетные принадлежности, препараты для стирки, лосьоны для волос; зубные порошки и пасты», товаров 05 класса МКТУ «фармацевтические препараты; гигиенические препараты для медицинских целей; диетические вещества для медицинских целей, детское питание; пластыри, перевязочные материалы; материалы для пломбирования зубов и изготовления зубных слепков; дезинфицирующие средства; препараты для уничтожения вредных животных; фунгициды, гербициды» оспариваемый товарный знак может быть признан способным ввести в заблуждение потребителя относительно товара, так как данные товары не обладают указанными выше свойствами и не предназначены для борьбы с сухостью кожи;

- лицо, подавшее возражение, приводит в качестве примера отказ в регистрации товарного знака «ECZEM» ввиду его несоответствия требованиям пунктов 1, 3 статьи 1483 Кодекса;

- ООО «БИОФАРМУС» начал изготавливать продукцию LIBREDERM CERAFAVIT АТОРІС с 2021 года и размещает на упаковке термин «АТОРІС» не в целях индивидуализации конкретного товара, а в целях информирования конечного потребителя о типах кожи, для которых данные средства могут быть рекомендованы к применению (АТОРІС для атопической сухой и очень сухой кожи как это четко указано на упаковке товара);

- в связи с этим слово «АТОРІС» не указывается в документах, подтверждающих государственную регистрацию продукции (СГР);

- правообладатель оспариваемой регистрации направил претензию лицу, подавшему возражение, с требованием прекращения производства и реализации продуктов LIBREDERM CERAFAVIT АТОРІС в виду того, что оно нарушает исключительные права правообладателя на товарный знак по свидетельству № 446185;

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №446185 ведет к недобросовестной конкуренции со стороны обладателя данного товарного знака.

На основании вышеизложенного лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №446185 недействительным полностью.

К возражению были приложены следующие документы:

- образцы продукции лица, подавшего возражение (1);
- свидетельства о государственной регистрации продукции Евразийского экономического союза (2);
- претензия от ООО «АвантаСайнс» (3);
- решение об отказе в государственной регистрации товарного знака «Еczem» по заявке №2022711207 (4);
- скриншот с сайта <https://atopicbaby.ru> (5).

Правообладатель товарного знака по свидетельству №446185 в установленном порядке был ознакомлен с возражением и представил следующие доводы по мотивам рассматриваемого возражения:

- правообладатель оспариваемого товарного знака входит в одну группу лиц с АО «Аванта», являющимся производителем косметических средств, маркируемых товарным знаком по свидетельству №446185, и ООО «АвантаТрейдинг», осуществляющим продвижение и реализацию продукции, маркируемой товарным знаком по свидетельству №446185;

- обозначение «АТОРІС / АТОПІК» является фантазийным и не может указывать ни на какие-либо свойства и назначение товаров, для которых оно зарегистрировано;

- в соответствии с представленными с возражением документами следует, что в словарях русского языка слово «АТОПІК» отсутствует и является фантазийным;

- в английском языке слово «АТОРІС» определяется как прилагательное и переводится на русский как «атопический», означающий «смещённый, перемещённый, характеризующийся необычной локализацией»;

- слово «атопический» и слово «atopic» используются при обозначении характеристик целого ряда заболеваний и сопровождают не только название кожных заболеваний (атопический дерматит, атопическая экзема), но и заболеваний, не имеющих никакого отношения к коже (атопическая астма, атопический внутренний орган, атопический ринит);

- таким образом, оспариваемый товарный знак соответствует требованиям законодательства;

- правомерным является решение об отказе в государственной регистрации товарного знака «ECZEM» фонетически сходного со словом «ЭКЗЕМА», которое четко определяет название конкретного заболевания, в отличие от обозначения «АТОПИС / АТОПИК», которое не обозначает какую-либо болезнь;

- товарный знак «АТОПИС / АТОПИК» получил правовую охрану в разных странах мира, в том числе, в Великобритании;

- распространена практика включения в товарные знаки обозначений, образованных из названий болезней, например, обозначение «Аллергик», обозначение «Антипапиллом»;

- правообладатель товарного знака никогда не отождествлял принадлежащий ему товарный знак со словом «атопический» и никогда и никому не запрещал использовать слово «атопический»;

- на российском рынке представлено большое количество косметической продукции, на упаковках которой имеется слово «атопический», оно используется производителями для указания на одну из разновидностей проблем с кожей — атопический дерматит, следовательно, данное словосочетание к товарному знаку «АТОПИС / АТОПИК» никакого отношения не имеет и у правообладателя к таким производителям претензий не возникало;

- проведенное социологическое исследование Лаборатории социологических исследований Института социологии ФНИСЦ РАН показало, что большинство рядовых, средних потребителей воспринимают обозначение «АТОПИС / АТОПИК» как указание

на марку конкретного производителя, не связывают данное обозначение с лечением дерматита и атопического дерматита;

- учитывая полученные данные, с точки зрения потребителей косметики, кремов косметических, фармацевтических препаратов, обозначение «АТОПИК / АТОРИС» обладало на дату приоритета и обладает в настоящее время различительной способностью;

- правообладателем представлены многочисленные документы, подтверждающие наличие приобретенной различительной способности у обозначения «АТОПИК / АТОРИС»;

- в результате длительного использования правообладателем товарного знака обозначение «АТОПИК / АТОРИС» стало широко известно как среди профессионалов (врачей-дерматологов), так и среди потребителей косметической продукции;

- после получения претензии от правообладателя оспариваемой регистрации ООО «БИОФАРМУС» подало возражение против регистрации товарного знака по свидетельству №446185, что является классическим примером злоупотребления правом ООО «БИОФАРМУС», которое стремится ограничить права правообладателя с исключительной целью воспользоваться результатами деятельности правообладателя по созданию узнаваемости бренда «АТОРИС»;

- подобный противоправный интерес не подлежит правовой защите, а установленный факт злоупотребления правом является самостоятельным достаточным основанием для отказа в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку.

На основании изложенного правообладатель товарного знака просит отказать в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №446185.

Правообладателем к материалам дела приложены следующие материалы:

- заключение специалиста-лингвиста № 13-3/82, подготовленное профессором, доктором филологических наук Трофимовой Г.Н. (6);

- протоколы осмотра доказательств: определения слов «атопический» и «atopic», имеющиеся в словарях (7);
- распечатка статьи «ЭКЗЕМА» из Большой Медицинской Энциклопедии (8);
- документы о международной регистрации товарного знака «АТОПИК / АТОРИС» (9);
- примеры товарных знаков, содержащих слова, образованные от названий болезней (10);
- фотографии упаковок косметической продукции, содержащей слово «атопический» (11);
- заключение № 96-2024 от 7 мая 2024 г. (12);
- справка ОАО «Аванта» об объеме производства продукции под товарным знаком «АТОПИК/АТОРИС» (13);
- письма АО «Группа DSM» о результатах исследования рынка (14);
- распечатка исследования рынка косметических средств из газеты «Фармацевтический вестник» (15);
- письма дистрибуторов косметической продукции о реализации продукции, маркированной товарным знаком «АТОПИК / АТОРИС» (16);
- справка о расходах на рекламу в отношении продукции, маркированной товарным знаком «АТОПИК / АТОРИС» (17);
- образцы рекламных материалов в отношении продукции, маркированной товарным знаком «АТОПИК / АТОРИС» (18);
- материалы о проведении конференций и семинаров в отношении продукции, маркированной товарным знаком «АТОПИК / АТОРИС» (19);
- протокол осмотра доказательств - результаты поисковой выдачи Яндекс по запросу «Атопик/Atopic» (20);
- распечатки из профессиональной литературы о рекомендациях по использованию продукции, маркированной товарным знаком «АТОПИК / АТОРИС» (21);

- отчеты о результатах клинических испытаний продукции, маркированной товарным знаком «АТОПИК / АТОРИС» (22);

- заключение № 101-2024 от 13 мая 2024 г. (23);

- фотографии продукции ООО «БИОФАРМУС» с размещением на упаковках товарного знака «АТОРИС» (24).

В ответ на отзыв правообладателя лицо, подавшее возражение, представило следующие доводы:

- в медицинской терминологии слово «АТОРИС» означает «аллергический; атопический», следовательно, данное обозначение указывает на назначение товаров, производимых либо вводимых в гражданский оборот правообладателем для части товаров 03 и 05 классов МКТУ, так как данные средства призваны бороться с проявлениями аллергических реакций кожи человека;

- относительно приведенных правообладателем ссылок на товарные знаки, образованные от названий болезней, то они являются неприемлемыми, так как по каждой заявке проводится свое делопроизводство с учетом своих особенностей;

- не может быть принято во внимание в рамках настоящего возражения регистрация товарного знака «АТОПИК / АТОРИС» в других юрисдикциях;

- лицо, подавшее возражение, обращает внимание на регистрацию товарного знака



«**atopic piel**» по свидетельству № 548515, в котором все словесные элементы являются неохранными для товаров 03 класса МКТУ, в связи с чем следует прийти к выводу об отсутствии различительной способности у обозначения «АТОРИС»;

- правообладатель товарного знака должен доказать длительность использования оспариваемого товарного знака в отношении всех заявленных товаров или услуг;

- правообладатель при производстве и введении в гражданский оборот продукции использует только латинскую часть товарного знака «АТОРИС», которая существенным

образом отличается от самого рассматриваемого обозначения, следовательно, он не использует спорный товарный знак;

- правообладатель использует обозначение для индивидуализации очень узкого перечня товаров, а именно: гель для купания, крем успокаивающий, бальзам для ежедневного ухода, крем для ежедневного ухода, крем-стик успокаивающий, все товары предназначены для детей младенческого возраста;

- таким образом, все представленные материалы, в том числе социологическое исследование не могут служить доказательством приобретения различительной способности обозначением в том виде, как оно зарегистрировано в отношении товаров 03 и 05 классов МКТУ.

К материалам дела были представлены следующие материалы:

- электронные словарные источники информации (25);
- информация с сайта правообладателя товарного знака <https://atopicbaby.ru/> (26);
- распечатки из сети Интернет о производителях косметической продукции с обозначением «АТОРІС» (27);
- сведения о товарном знаке по свидетельству №548515 (28);
- описание оспариваемого обозначения по заявке №2010721512 (29);
- информация о продукции правообладателя (30).

Правообладателем были представлены следующие доводы:

- словосочетание «АТОРІС PIEL» по свидетельству № 548515 переводится как «атопический пиелонефрит», соответственно, речь в данном случае идет о названии конкретного заболевания, в отличие от слова «АТОПИК», которое не несет в себе указание на болезнь или недуг;



- на имя правообладателя зарегистрированы товарные знаки «», «Атопик Бейби», «Atopic Baby», «АТОРІС» по свидетельствам №№902300, 553809, 553488,

544487, содержащие слово «АТОПИК» и «АТОРІС» в разных вариациях, являющиеся охраноспособными элементами обозначений.

Правообладателем представлены следующие материалы:

- распечатка страницы https://translate.yandex.ru/7source_lang=en&target_lang=ru&text=atopic%20piel (31);
- фото продукции производства ЗАО «Мирра-М» (32);
- претензия в адрес ЗАО «Мирра-М» (33);
- ответ ЗАО «Мирра-М» на претензию (34);
- товарные знаки по свидетельствам №№ 902300, 553809, 553488, 544487 (35).

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (05.07.2010) приоритета товарного знака по свидетельству №446185 правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные Приказом Роспатента №32 от 05.03.2003, зарегистрированным Минюстом России 25.03.2003 № 4322 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 1 - 5, 8 и 9 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Согласно пункту 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным, в частности, подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом.

«АТОПИК» и «АТОРИС», выполненные одно под другим через слеш заглавными буквами русского и латинского алфавитов стандартным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 03, 05 классов МКТУ.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом.

Основанием для подачи настоящего возражения послужила претензия (3) со стороны правообладателя оспариваемой регистрации в адрес лица, подавшего возражение, о прекращении производства и реализации продукции LIBREDERM CERAFAVIT АТОРИС, с использованием в элементе дизайна упаковки словесного элемента «АТОРИС», а также уничтожить все рекламные материалы, связанные с указанной продукцией, включая предложения о продаже, размещенные в сети Интернет.

Кроме того, лицо, подавшее возражение, сообщает, что начало изготавливать продукцию LIBREDERM CERAFAVIT АТОРИС с 2021 года. При этом содержащийся на упаковке словесный элемент «АТОРИС» размещен не как средство индивидуализации конкретного товара, а как информация потребителю о типах кожи, для которых данные средства могут быть рекомендованы к применению, то есть для атопической сухой и очень сухой кожи.

Таким образом, по мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак, содержащий в своем составе словесный элемент «АТОРИС» и его транслитерацию «АТОПИК», является для одних оспариваемых товаров описательным, для других – ложным.

Изложенное позволяет коллегии усмотреть заинтересованность лица, подавшего возражение, в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №446185 по указанным в возражении основаниям.

Анализ оспариваемого товарного знака «АТОПИК / АТОРИС» на предмет его соответствия требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Словесный элемент «АТОПИК» оспариваемого товарного знака отсутствует в словарно-справочных изданиях, при этом может рассматриваться потребителями как транслитерация буквами русского алфавита слова «АТОРІС», которое согласно справочным источникам информации, находящимся в рассматриваемом деле, является лексической единицей английского языка и в переводе на русский язык имеет следующие значения: *аллерг.* страдающий атопией, подверженный атопии; *мед.* характеризующийся необычной локализацией, перемещенный (напр., об органе); *общ.* сдвинутый; *биол.* смещенный; *мед.* аллергический, атопический.

Таким образом, многозначность словесного элемента «АТОРІС» может относиться к разным областям науки и деятельности, восприниматься в разных значениях, в связи с чем данный словесный элемент не способен сам по себе являться характеристикой для части товаров 03 класса МКТУ, относящихся к санитарно-гигиеническим товарам, парфюмерно-косметическим препаратам, препаратам для ухода за кожей, за волосами, указанных в тексте возражения, которые бы однозначно указывали на конкретные свойства или назначение товаров.

Помимо прочего, лицо, подавшее возражение, указывает на то, что слово «АТОРІС» должно рассматриваться в значении «атопический» (англо-русский медицинский словарь, англо - русский словарь по биотехнологиям, англо-русский универсальный дополнительный практический словарь И. Мостицкого).

Действительно, прилагательное «атопический» имеет значение «смещенный, перемещенный, характеризующийся необычной локализацией».

Между тем в материалах возражения отсутствуют какие-либо документы, свидетельствующие о том, что данное слово «АТОРІС» используется самостоятельно и отдельно в качестве какой-либо характеристики товаров, поскольку оно, как правило, употребляется в анатомии, биологии и медицине в составе словосочетаний, которые широко распространяются в повседневной коммуникации, например, атопический внутренний орган (в биологии – смещенный внутренний орган), атопический ринит (в медицине – нетипичный ринит), атопический дерматит, атопический диатез и т.д. (1).

Следует указать, что английское слово «АТОРИС» не характеризует какое - либо специфическое заболевание, в силу чего не является указанием на свойство и назначение товаров.

Материалов о том, что обозначение «АТОПИК / АТОРИС» до даты приоритета оспариваемого товарного знака использовалось какими-либо другими лицами в качестве описательной характеристики товаров 03, 05 классов МКТУ, лицом, подавшим возражение, не представлено.

На основании вышеуказанного, коллегия приходит к выводу о том, что материалами возражения не доказано, что на дату приоритета оспариваемый товарный знак, содержащий словесные элементы «АТОПИК / АТОРИС», может рассматриваться как обозначение, способное характеризовать часть товаров 03 класса МКТУ, в том числе, указывать на их вид, качество, свойства и назначение.

В пользу указанных выводов могут служить регистрации товарных знаков со словесными элементами «АТОПИК / АТОРИС» в разных странах мира, в том числе англоязычных странах, где данные элементы были признаны охраноспособными элементами обозначений. Также коллегий были приняты во внимание



зарегистрированные на имя правообладателя товарные знаки «», «Атопик Бейби», «Atopic Baby», «АТОРИС» по свидетельствам №№902300, 553809, 553488, 544487, содержащие слово «АТОПИК» и «АТОРИС» в разных вариациях, являющиеся охраноспособными элементами обозначений.

Коллегией при рассмотрении вопроса об описательности спорного товарного знака были учтены результаты социологического опроса, проведенного Лабораторией социологических исследований Института социологии ФНИСЦ РАН (12), согласно которому было установлено, что в настоящее время подавляющее большинство потребителей 84% считают, что спорное обозначение используется для реализации продукции одной или разными, но связанными между собой компаниями. Подавляющее большинство опрошенных (70%) считают, что по обозначению «АТОПИК / АТОРИС»

возможно отличить товары определенного производителя от товаров других производителей на рынке. Кроме того, подавляющее большинство потребителей полагают, что обозначение «АТОПИК / АТОРИС» на упаковках товаров используется как марка конкретного производителя, а не как указание на назначение или свойства товара (78 % и 76 % соответственно). 71% опрошенных ответили, что на дату 05.07.2010 они смогли бы отличить товары под обозначением «АТОПИК / АТОРИС» от продукции других производителей. Большинство рядовых, средних потребителей воспринимают обозначение «АТОПИК / АТОРИС» как указание на марку конкретного производителя (75 % в 2010 г. и 78 % в настоящее время). В настоящее время значительной доле потребителей (36%) знакомо обозначение «АТОПИК / АТОРИС». Значительная доля опрошенных (42%) ассоциирует обозначение «АТОПИК / АТОРИС» с компанией-производителем (АО «Аванта»). 71% респондентов ассоциируют указанное обозначение с такими товарами как: косметика, кремы косметические, фармацевтические препараты.

Таким образом, на основании полученных данных можно сделать вывод о том, что, с точки зрения потребителей косметики, кремов косметических (03 класс МКТУ), фармацевтических препаратов (05 класс МКТУ), в настоящее время и на дату 05.07.2010 обозначение «АТОПИК / АТОРИС» обладало / обладает различительной способностью.

Следует отметить, что лицом, подавшим возражение, не представлены документальные данные, опровергающие выводы социологического опроса.

Между тем, правообладателем товарного знака был представлен большой массив документов (13-19, 21, 22, 24), доказывающих, что косметическая продукция под обозначением «Atopic» присутствовала на российском рынке и завоевала популярность среди потребителей. В частности, приложенные к материалам возражения сведения показали, что объем реализуемой правообладателем продукции под маркой «АТОПИК / АТОРИС» за последние 10 лет составил более 4 миллионов упаковок, высокий уровень продаж товаров «АТОПИК / АТОРИС» был зафиксирован в газете «Фармацевтический вестник». Представленные письма АО «Группа DSM» о результатах исследования рынка подтверждают высокую долю продукции АО «Аванта» на рынке косметических товаров. Письма дистрибуторов косметической продукции свидетельствуют о знании

участниками рынка продукции «АТОПИК / АТОРИС» и широкую географию ее распространения. В целях активного продвижения на рынке указанной продукции правообладателем было затрачено огромное количество денежных средств на рекламу и рекламную продукцию, что зафиксировано в представленных к возражению финансовых справках. Существенные финансовые вложения в реализацию и создание условий для высокой узнаваемости продукции «АТОПИК / АТОРИС» подтверждаются материалами о проведении многочисленных конференций и семинаров. Представленная информация об интернет-сайтах «AtopicSchool» <https://atopicschool.ru/> и мобильном приложении «Atopic App» <https://atopicapp.ru/>, посредством которых любой потребитель может, как ознакомиться с товарами «АТОПИК / АТОРИС», так и приобрести, демонстрируют донесения знания продукции до потребителя с помощью современных информационных сервисов. Содержащийся в материалах дела протокол осмотра доказательств подтверждает, что по поисковому запросу «АТОПИК / АТОРИС» поисковая система Яндекс прежде всего выдает информацию о продукции правообладателя оспариваемого товарного знака, что позволяет говорить о высокой ее известности. Приложенные к возражению распечатки из профессиональной литературы, подтверждают знание профессионалами (врачами-дерматологами) продукции правообладателя товарного знака, маркируемой обозначением «АТОПИК / АТОРИС», и рекомендации по ее применению. Отчеты о результатах клинических испытаний показывают как знание профессионалами (врачами-дерматологами) продукции, сопровождаемой товарным знаком «АТОПИК / АТОРИС».

Вышеприведенные фактические документы и материалы, позволяют коллегии прийти к выводу о длительном и интенсивном использовании спорного товарного знака, в результате чего обозначение «АТОПИК / АТОРИС» стало популярно, узнаваемо и ассоциируется у потребителей исключительно с правообладателем товарного знака по свидетельству №446185.

Представленные данные социологического опроса, проведенного Лабораторией социологических исследований Института социологии ФНИСЦ РАН (23), показали наличие введения в гражданский оборот и доведения до потребителя косметических кремов, косметики, фармацевтических препаратов, маркированных обозначением

«АТОПИК / АТОРИС», а также о наличии обширных положительных социальных доказательств, подтверждающих высокую репутацию и наличие доверия потребителей. Продукция устойчиво реализуется в 100% крупнейших российских интернет - магазинах в категории «Здоровье», широко реализуется на маркетплейсах и на сайтах торговых сетей, также являющимися крупнейшими интернет – магазинами России (wildberries.ru, ozon.ru, market.yandex.ru и др.). Таким образом, с точки зрения дистрибуции, продукция под обозначением «АТОПИК / АТОРИС», введена в гражданский оборот и активно доводится до потребителей.

Довод лица, подавшего возражение, о том, что продукция правообладателя предназначена для лечения кожных заболеваний, в связи с чем обозначение «АТОПИК / АТОРИС» указывает на характеристику товаров, является неубедительным, поскольку обозначение воспринимается не как указание на свойство и назначение товаров, а как средство индивидуализации производителя, то есть правообладателя оспариваемой регистрации.

Относительно приведенных сторонами примеров регистраций товарных знаков коллегия отмечает, что делопроизводство в административном органе по каждой заявке ведется отдельно с учетом фактических обстоятельств конкретного дела. При этом правомерность предоставления правовой охраны иным обозначениям не является предметом спора в настоящем деле. Следует также учесть, что срок



действия правовой охраны товарного знака «**atopic piel**» по свидетельству №548515 истек, поэтому он не может являться основанием для выводов, сделанных лицом, подавшим возражение. Кроме того, в примерах регистраций товарных знаков слово «АТОРИС» употребляется в сочетании с иными словами, что дает иное восприятие словосочетаниям в целом.

На основании изложенного, коллегия пришла к выводу об отсутствии оснований для вывода о том, что спорное обозначение «АТОПИК / АТОРИС» не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Отсутствие описательного характера также не дает оснований для отнесения оспариваемого обозначения к обозначению, способному ввести потребителя в заблуждение относительно части товаров 03 класса МКТУ, всех товаров 05 класса МКТУ.

Резюмируя изложенное, оспариваемый товарный знак в отношении товаров, указанных по тексту возражения, не несет ложной или способной ввести потребителя в заблуждение информации, в связи с чем у потребителя при восприятии рассматриваемого обозначения будут формироваться неправдоподобные представления о товарах, то есть будут нейтральными по отношению к ним.

На основании вышеизложенного, коллегия пришла к выводу о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №446185 соответствует положениям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

Коллегия отмечает, что признание действий правообладателя, связанных с получением правовой охраны товарного знака, актом недобросовестной конкуренции не относится к компетенции Роспатента.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 31.01.2024, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №446185.