

**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 01.02.2024, поданное ООО «ФОРТЕ», Россия (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022776148, при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2022776148, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 25.10.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 03, 05, 35, 44 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 15.12.2023 об отказе в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 03, 05, 35, 44 классов МКТУ (далее – решение Роспатента). Указанное решение Роспатента было основано на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пунктов 1, 3, 6 статьи 1483 Кодекса.

Так, согласно решению Роспатента, словесный элемент «patch» (с англ. языка «заплата, пластырь, накладка, повязка, лоскут». см. <https://translate.google.com/?hl=ru&sl=auto&tl=ru&text=PATCH%0A&op=translate>). Патчи в косметологии - это разновидность тканевой или гелевой маски для лица, пропитанные активным составом с ценными компонентами. См. <https://skin.ru/article/patchi-dlja-glaz/>, [https://cosmetika.ru/encyclopedia/yasnyu\\_vzglyad\\_ili\\_vse\\_o\\_patchakh/](https://cosmetika.ru/encyclopedia/yasnyu_vzglyad_ili_vse_o_patchakh/), <https://dzen.ru/a/YvqgM2mR8wrrpOeBa>) является неохраняемым элементом обозначения на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении товаров 03 класса МКТУ «маски косметические; маски листовые для косметических целей; средства для ухода за кожей косметические; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами», товаров 05 класса МКТУ «добавки витаминные в виде пластырей; пластырь никотиновый для отказа от курения; пластыри, материалы перевязочные; растворители для удаления лейкопластырей; раствор хлораля водный для фармацевтических целей; растворители для удаления лейкопластырей; лейкопластыри; ленты клейкие для медицинских целей; биндажи перевязочные; материалы перевязочные медицинские; материалы хирургические перевязочные; повязки глазные, используемые в медицинских целях; повязки для горячих компрессов; повязки для компрессов; повязки наплечные хирургические; салфетки, пропитанные лекарственными средствами; вата антисептическая; вата асептическая; вата гигроскопическая; вата для медицинских целей; вата хлопковая для медицинских целей; марля для перевязок; молескин для медицинских целей; тампоны для заживления ран», услуг 35 класса МКТУ (например: «услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; демонстрация товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; реклама»), так как указывает на их вид, свойства, назначение.

В отношении другой части товаров и услуг 03, 05, 35 классов МКТУ (например: товары 03 класса МКТУ «воск для паркетных полов; грим; дезодоранты

для домашних животных; древесина ароматическая; духи»; товары 05 класса МКТУ «соли для ванн для медицинских целей; таблетки от кашля; средства кровоочистительные; средства моющие для животных [инсектициды]»; услуги 35 класса МКТУ «услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; бюро по найму; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный»), не относящихся к указанным выше товарам, заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно их вида, свойств, назначения товаров и не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака / знака обслуживания на основании положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, в соответствии с информацией, полученной по сети Интернет (<https://www.letu.ru/product/l-etual-smart-patch-gidrogelevye-patchi-dlya-glaz-goldener-gy/79700001>, <https://irecommend.ru/content/dobrotnye-patchi-sobstvennoi-marki-letual-esli-eshche-ne-probovali-patchi-nachat-predlagayu>, [http://adwin.co.kr/eng/oem\\_odm/our\\_items.html?ckattempt=1](http://adwin.co.kr/eng/oem_odm/our_items.html?ckattempt=1), [https://www.ozon.ru/product/smart-patch-gidrogelevye-patchi-dlya-glaz-black-solution-60-shtuk-712147942/?asb=76qw3dM5crjA%252B%252FC1pBK%252FUJKGavuhF7QeE0HTXw8QbDw%253D&asb2=-mdhp9pkKBpwiCty\\_aZfkUR0d11xSxIrcFV16CYghH3sfEEt5319RAp1s0oUW6A\\_AWPc\\_MfG8fFw41S1IU-PeCWIEwaiXaMXRF9SaL8Hch3MJA8nAFqRMMcJUK4d4E6sQlkHlzdXhBgbdmrwJhA&avtc=1&avte=2&avts=1681981984&keywords=smart+patch&sh=n10ZVP5gEg](https://www.ozon.ru/product/smart-patch-gidrogelevye-patchi-dlya-glaz-black-solution-60-shtuk-712147942/?asb=76qw3dM5crjA%252B%252FC1pBK%252FUJKGavuhF7QeE0HTXw8QbDw%253D&asb2=-mdhp9pkKBpwiCty_aZfkUR0d11xSxIrcFV16CYghH3sfEEt5319RAp1s0oUW6A_AWPc_MfG8fFw41S1IU-PeCWIEwaiXaMXRF9SaL8Hch3MJA8nAFqRMMcJUK4d4E6sQlkHlzdXhBgbdmrwJhA&avtc=1&avte=2&avts=1681981984&keywords=smart+patch&sh=n10ZVP5gEg)), заявленное обозначение воспроизводит обозначение, под которым корейская компания «Adwin korea corporation» (Address : Adwin Bldg., 22 Yeongdong-daero 71 gil, Gangnam-gu, Seoul) производит товары 03 класса МКТУ, однородные заявленным (косметические средства). Следовательно, заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно компании, производящей товары и не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения со следующими знаками:

- знаком «SMART» по международной регистрации №778032 (1) с конвенционным приоритетом от 19.03.2002, правовая охрана которому предоставлена на имя компании «OZDEN KIMYA VE PLASTIK SANAYI TICARET ANONIM SIRKETI», Турция, в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ;

- товарным знаком «SMART», зарегистрированным под №488118 (2) с приоритетом от 13.05.2011 на имя АО "ВЕРОФАРМ", в отношении однородных товаров 05 класса МКТУ;

- товарным знаком «SMART», зарегистрированным под №561451 (3) с приоритетом от 29.05.2014 на имя ПАО "Мобильные ТелеСистемы", Россия, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- товарным знаком «SMART», зарегистрированным под №564853 (4) с приоритетом от 14.11.2014 на имя ООО "Авангард", Россия, в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ;

- товарным знаком «SMART», зарегистрированным под №627353 (5) с приоритетом от 28.01.2016 на имя ООО "Компания Чистая вода", Россия, в отношении однородных товаров и услуг 05, 35 классов МКТУ;

- товарным знаком «SMART», зарегистрированным под №719794 (6) с приоритетом от 17.01.2018 на имя индивидуального предпринимателя Ибатуллина А.В., Россия, в отношении однородных товаров 03, 05 классов МКТУ;

- товарным знаком «SMART», зарегистрированным под №818526 (7) с приоритетом от 14.05.2020 на имя ООО "Авангард", Россия, в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ;

- товарным знаком «SMART», зарегистрированным под №819054 (8) с приоритетом от 11.06.2020 на имя индивидуального предпринимателя Кима В.Ю., Россия, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- товарным знаком «SMART», зарегистрированным под №929905 (9) с приоритетом от 19.04.2022 на имя ООО "ВОЛГА ФУД", Россия, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;

- товарным знаком «СМАРТ», зарегистрированным под №488893 (10) с приоритетом от 13.05.2011 на имя АО "БЕРОФАРМ", Россия, в отношении однородных товаров 05 класса МКТУ;

- товарным знаком «SM ART», зарегистрированным под №645958 (11) с приоритетом от 17.03.2017 на имя индивидуального предпринимателя Марковой М.В., Россия, в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ;

- товарным знаком «SMART FEED», зарегистрированным под №845640 (12) с приоритетом от 30.07.2020 на имя ООО "ТК ЯРВЕТ", Россия, в отношении однородных товаров 03, 05 классов МКТУ;

- товарным знаком «SMART ORAL CARE», зарегистрированным под №632898 (13) с приоритетом от 31.03.2016 на имя ООО "ВДС", Россия, в отношении однородных товаров 03 класса МКТУ;

- товарным знаком «SMART», зарегистрированным под №212163 (14) с приоритетом от 10.10.1995, знаком «SMART» по международной регистрации №1345249 (15) с конвенционным приоритетом от 07.10.2015, правовая охрана которым предоставлена на имя компании «Аутомобиле Ко., Лтд.», Китай, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

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

- заявитель не оспаривает решение Роспатента в части доводов об описательности, ложности словесного элемента «patch» применительно к заявленным товарам и услугам 03, 05, 35 классов МКТУ;

- заявитель не согласен со способностью заявленного обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров. Из сайтов в сети Интернет, представленных в решении Роспатента, нельзя сделать однозначный вывод о том, что на территории Российской Федерации заявленное обозначение используется компанией «Adwin korea corporation» для маркировки товаров 03 класса МКТУ. Деятельность данной компании осуществляется на территории Южной Кореи. Вся информация на представленном сайте изложена исключительно на английском, китайском и корейском языках, которые не являются официальными

языками в Российской Федерации, не предоставлены переводы информации на русский язык. На упомянутом сайте не содержится ни одного упоминания о том, что компания каким-либо образом связана с Российской Федерацией, имеет клиентов в Российской Федерации. Кроме того, сайт находится в международной доменной зоне .co.kr, которая не относится к Российской Федерации. Изложенное в совокупности позволяет сделать вывод о том, что компания «Adwin korea corporation» действует исключительно на территории Южной Кореи и к Российской Федерации никакого отношения не имеет;

- в приведенных в решении Роспатента ссылках отсутствуют юридически значимые сведения: о моменте времени, начиная с которого соответствующий субъект стал предлагать свои товары под обозначением, сходным с заявленным обозначением, об интенсивности и широте использования обозначения, сходного с заявленным обозначением;

- при таких обстоятельствах отсутствует объективная возможность проверить обоснованность вывода экспертизы о том, что на момент подачи заявляемого обозначения в сознании потребителей существовала хоть какая-то ассоциативная связь между обозначением «SMART PATCH» и иным лицом, использующим сходное обозначение;

- сайт <https://irecommend.ru/content/dobro-ne-probovali-patchi-nachat-predlagavu> используется для оставления потребителями отзывов по результатам использования ими продукции, однако, отсутствуют данные о времени, когда данный товар приобретался потребителем, об интенсивности и широте использования обозначения потребителем, сходного с заявленным обозначением, о месте покупки потребителем данного товара. Единичные упоминания о возможной покупке товара на территории Российской Федерации без подтверждения места и способа покупки не свидетельствуют об объективных основаниях введения потребителя в заблуждение в связи с использованием сходного обозначения до даты приоритета заявленного обозначения;

- сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных ему знаков (1-15) показал отсутствие их сходства по фонетическому, визуальному,

семантическому критериям сходства. Сравнимые обозначения производят совершенно различное зрительное впечатление, имеют разное смысловое значение, а также звуковое восприятие, в связи с чем не могут быть признаны сходными в целом.

В подтверждение изложенных доводов заявителем представлена распечатка оспариваемого решения Роспатента от 15.12.2023 [1].

Согласно дополнениям к возражению от 28.06.2024, заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении следующих товаров и услуг:

03 - продукты косметические, а именно патчи витаминные; патчи немедицинские витаминно-минеральные; смарт-патчи; патчи клеящиеся с активными добавками

35 - продвижение продаж для третьих лиц продуктов косметических, а именно патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками; продвижение товаров через лидеров мнений патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками.

44 - услуги в области гигиены и косметики для людей; маникюр; массаж; салоны красоты; услуги косметологов; услуги по окрашиванию волос; услуги санаториев; услуги саун; услуги соляриев; услуги эстетические.

На заседании, состоявшемся 21.10.2024, коллегией к протоколу были приобщены материалы из сети Интернет<sup>1</sup>, касающиеся использования обозначения «Smart patch» иным лицом и относящиеся к периоду до даты приоритета заявленного обозначения.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

---

<sup>1</sup> <https://www.letu.ru/product/reviews/l-etual-gidrogelevye-patchi-dlya-glaz-lavender-extract-smart-patch/111000764>, <https://irecommend.ru/content/nesmotrya-na-stoimost-ne-podoshli>, <https://irecommend.ru/content/gidrogelevye-patchi-dlya-glaz-letual-smart-patch-black-solution>, [https://otzovik.com/reviews/gidrogelevye\\_patchi\\_dlya\\_glaz\\_l\\_etual\\_smart/?ysclid=m292vmt2wm503148775](https://otzovik.com/reviews/gidrogelevye_patchi_dlya_glaz_l_etual_smart/?ysclid=m292vmt2wm503148775), <https://www.letu.ru/product/reviews/l-etual-smart-patch-gidrogelevye-patchi-dlya-glaz-black-solution/79700002>, <https://irecommend.ru/content/nesmotrya-na-stoimost-ne-podoshli>, <https://www.facebook.com/letoile.ru/videos/smart-patch-black-solution-от-лэтуаль/2518228408265512/>, [https://www.letu.ru/product/l-etual-smart-patch-gidrogelevye-patchi-dlya-glaz-black-solution/79700002?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.letu.ru/product/l-etual-smart-patch-gidrogelevye-patchi-dlya-glaz-black-solution/79700002?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F)

С учетом даты (25.10.2022) поступления заявки №2022776148 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).



Заявленное обозначение «» является комбинированным и состоит из словесных элементов «smart», «patch», помещенных на двух строках и выполненных стандартным шрифтом строчными буквами латинского алфавита, слово «patch» выполнено буквами синего цвета, слово «smart» буквами оранжевого цвета. В левой части знака помещен изобразительный элемент в виде изогнутой линии. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в синем и оранжевом цветовом сочетании в отношении товаров 03 класса «продукты косметические, а именно патчи витаминные; патчи немедицинские витаминно-минеральные; смарт-патчи; патчи клеящиеся с активными добавками», услуг 35 «продвижение продаж для третьих лиц продуктов косметических, а именно патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками; продвижение товаров через лидеров мнений патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками», услуг 44 класса МКТУ «услуги в области гигиены и косметики для людей; маникюр; массаж; салоны красоты; услуги косметологов; услуги по окрашиванию волос; услуги санаториев; услуги саун; услуги соляриев; услуги эстетические».

Как указывалось выше, заявленное обозначение образовано словесными элементами «smart» и «patch», каждый из которых выполнен на отдельной строке разными цветами. Кроме того, у коллегии отсутствуют сведения о том, что данные элементы образуют единое устойчивое словосочетание. В связи с изложенным, правомерен анализ заявленного обозначения по каждому из словесных элементов в отдельности.

Словесный элемент «patch» заявленного обозначения переводится с английского на русский язык как «заплата, пластырь, накладка, повязка, лоскут»<sup>2</sup>. Патчи в косметологии - это разновидность тканевой или гелевой маски для лица, пропитанной активным составом с ценными компонентами<sup>3</sup>. С учетом вышеизложенной семантики, данный словесный элемент указывает на вид заявленных к регистрации товаров 03 класса МКТУ «продукты косметические, а именно патчи витаминные; патчи немедицинские витаминно-минеральные; смарт-патчи; патчи клеящиеся с активными добавками», которые относятся непосредственно к патчам, а также на назначение услуг 35 класса МКТУ «продвижение продаж для третьих лиц продуктов косметических, а именно патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками; продвижение товаров через лидеров мнений патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками», относящихся к продвижению патчей.

Каждая из заявленных услуг 44 класса МКТУ «услуги в области гигиены и косметики для людей; маникюр; массаж; салоны красоты; услуги косметологов; услуги по окрашиванию волос; услуги санаториев; услуги саун; услуги соляриев; услуги эстетические» также может быть оказана с использованием патчей, следовательно, словесный элемент «patch» является неохраняемым для них на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Так, например, известно о наличии на рынке Российской Федерации патчей для кожи, волос, ногтей<sup>4</sup> и т.д., которые могут применяться в сфере салонов красоты, при оказании косметических и эстетических услуг, применяться в соляриях в качестве защиты от ультрафиолетового излучения, применяться при оказании услуг санаториев и т.д.

С учетом ограничения заявителем перечня товаров и услуг, в отношении которых испрашивается предоставление правовой охраны заявленному обозначению, у коллегии отсутствуют основания для применения в отношении данного обозначения положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса. Так, у среднего

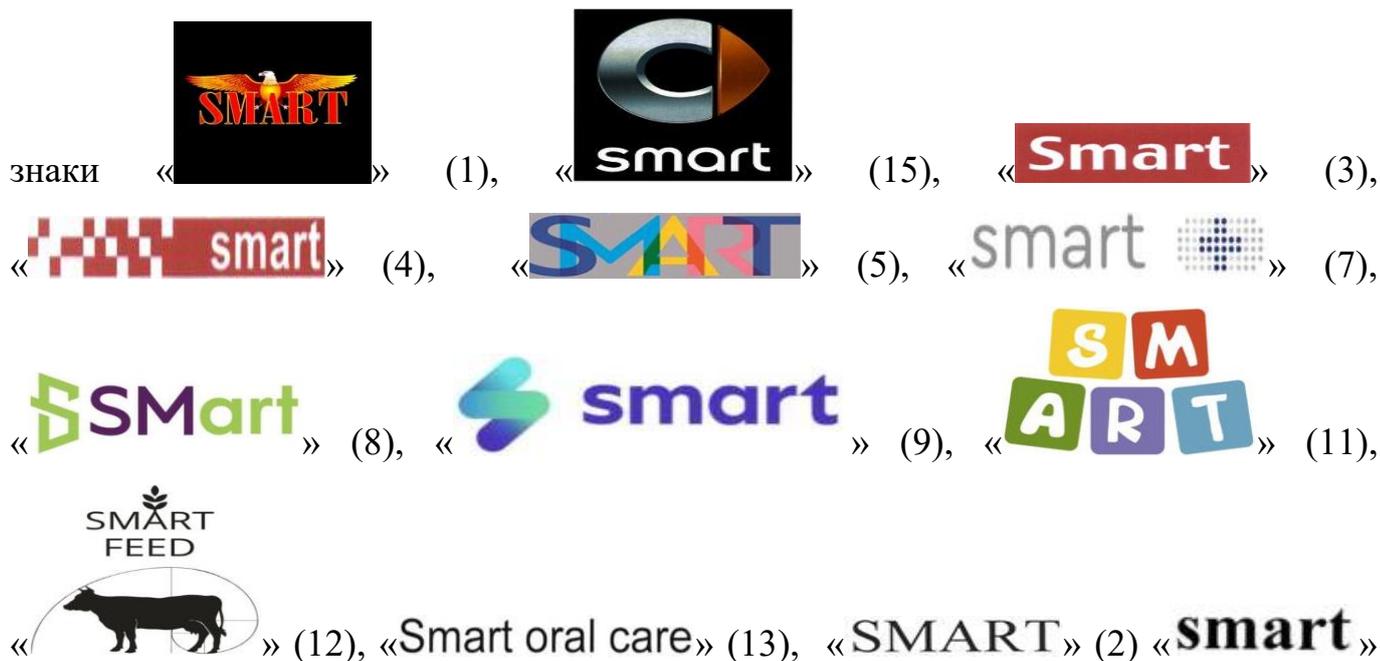
<sup>2</sup> <https://translate.google.com/?hl=ru&sl=auto&tl=ru&text=PATCH%0A&op=translate>

<sup>3</sup> <https://skin.ru/article/patchi-dlja-glaz/>, [https://cosmetika.ru/encyclopedia/yasnyy\\_vzglyad\\_ili\\_vse\\_o\\_patchakh/](https://cosmetika.ru/encyclopedia/yasnyy_vzglyad_ili_vse_o_patchakh/), <https://dzen.ru/a/YvqgM2mR8wrpOeBa>

<sup>4</sup> [www.ozon.ru/category/patchi-dlya-nogtey/](http://www.ozon.ru/category/patchi-dlya-nogtey/), <https://benri.ru/patchi-dlya-rosta-volos-s-mikroiglami-scalp-patch-fasa-na-1-primenenie>

российского потребителя не может возникнуть правдоподобных ложных представлений о виде, назначении и иных характеристиках испрашиваемых к регистрации товаров и услуг. Следовательно, для скорректированного заявителем перечня товаров и услуг заявленное обозначение соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса.

В рамках несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса ему были противопоставлены словесные и комбинированные



Отказ заявителя оспаривать решение Роспатента в части отказа в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 05 класса МКТУ исключает необходимость его анализа на тождество и сходство со знаками (2, 10).

Отказ заявителя оспаривать решение Роспатента в части отказа в государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров 05 класса МКТУ исключает необходимость его анализа на тождество и сходство со знаками (2, 10).

Анализ заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса в рамках его сходства со знаками (1, 3-9, 11-15) показал следующее.

Как отмечалось коллегией выше, заявленное обозначение состоит из двух словесных элементов «smart» и «patch», каждый из которых занимает автономное положение в нем, за счет их исполнения различными цветами, отдельного написания на двух строках и отсутствии сведений об устойчивом словосочетании, образуемым данными элементами. Кроме того, коллегия учитывала, что словесный элемент «patch» относится к неохраняемым элементам заявленного обозначения, указанное повышает индивидуализирующую функцию слова «smart» в его составе.



Что касается противопоставленных знаков «» (1), «» (15), «» (3), «» (4), «» (5), «» (7), «» (8), «» (9), «» (11), «» (6), «» (14), то сильными элементами данных знаков являются слова «сма́рт», «smart», которые представляют собой их единственные доминирующие элементы либо элементы, определяющие их запоминание в целом. Несмотря на оригинальное исполнение знаков (8, 11), они также способны быть прочитаны как «smart».

По мнению коллегии, противопоставление заявленному обозначению знаков (1, 3-9, 11, 14-15) является правомерным, поскольку согласно пункту 44 Правил учета подлежит значимость положения сходного элемента в составе товарных знаков. В силу того, что как в заявленном обозначении, так и в противопоставленных знаках (1, 3-9, 11, 14-15) индивидуализирующая функция определяется элементами «smart», «сма́рт», сравниваемые обозначения признаются сходными друг с другом в целом. Так, в частности, словесные элементы «smart», «сма́рт» имеют тождественное фонетическое звучание и семантическое значение<sup>5</sup> (воспринимаются в качестве транслитерации друг друга), а также данные словесные

<sup>5</sup> <https://translate.academic.ru/smart/xx/ru/>

элементы «smart» сравниваемых обозначений исполнены буквами латинского алфавита, следовательно, имеют графическое сходство. С учетом вышеизложенного, заявленное обозначение и знаки (1, 3-9, 11, 14-15) ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Вместе с тем, коллегия пришла к выводу об отсутствии сходства заявленного

обозначения «» и знаков «» (12),

«Smart oral care» (13). Так, сравниваемые обозначения

характеризуются различным составом слов, составом букв и звуков, входящих в их состав, за счет чего они совершенно по-разному произносятся потребителями. Кроме того, сравниваемые обозначения несут различную семантику. Знак (12) включает в свой состав слова «smart» и «feed»<sup>6</sup>, которые вызывают ассоциации с питанием, кормом для животных, указанное восприятие подтверждается изобразительным элементом, включенным в его состав. Что касается знака «Smart oral care» (13), то он ассоциируется с уходом за полостью рта<sup>7</sup>. Следовательно, заявленное обозначение, семантика которого обусловлена его словесными элементами «smart» и «patch», значение которых приведено выше по тексту заключения, вызывают совершенно иные ассоциации и представления при его восприятии. Более того, заявленное обозначение и знаки (12-13) имеют абсолютно различное композиционное решение. Заявленное обозначение образовано словесными элементами, помещенными на двух строках, а также изобразительным элементом в виде дугообразной линии. Противопоставленный знак (13) состоит только из словесных элементов, выполненных в одну строку, а знак (12) включает два словесных элемента, а также стилизованное изображение листьев, коровы. С учетом вышеизложенного, заявленное обозначение и знаки (12-13) признаются коллегией несходными по фонетическому, визуальному, графическому критериям сходства.

<sup>6</sup> <https://translate.academic.ru/feed/xx/ru/>

<sup>7</sup> <https://translate.academic.ru/oral/xx/ru/>, <https://translate.academic.ru/care/xx/ru/>

Заявленные товары 03 класса МКТУ «продукты косметические, а именно патчи витаминные; патчи немедицинские витаминно-минеральные; смарт-патчи; патчи клеящиеся с активными добавками» в высокой степени однородны товарам 03 класса МКТУ «perfumery, cosmetics, soaps» («парфюмерия, косметика, мыла») знака (1), товарам 03 класса МКТУ «салфетки влажные очищающие; салфетки дезинфицирующие для косметических целей; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами» знака (4), товарам 03 класса МКУТ «парфюмерные изделия, эфирные масла» знака (6), товарам 03 класса МКТУ «салфетки влажные очищающие; салфетки дезинфицирующие для косметических целей; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами» знака (7), товарам 03 класса МКТУ «депилятории; амбра [парфюмерия]; ароматизаторы [эфирные масла]; бальзамы, за исключением используемых для медицинских целей; блески для губ; вазелин косметический; вата для косметических целей; вещества клейкие для косметических целей; вода ароматическая; вода лавандовая; вода туалетная; воск для удаления волос; воск для усов; воски, включенные в 03 класс; гели для массажа, за исключением используемых для медицинских целей; гелиотропин; гераниол; грим; дезодоранты для человека или животных; духи; жиры для косметических целей; изделия парфюмерные; изображения переводные декоративные для косметических целей; ионон [парфюмерный]; камень квасцовый для бритья [вяжущее средство]; карандаши для бровей; карандаши косметические; клеи для прикрепления искусственных ресниц; клеи для прикрепления накладных волос; кондиционеры для волос; красители для бороды и усов; красители косметические; кремы косметические; кремы косметические отбеливающие; лаки для волос; лаки для ногтей; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; маски косметические; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные из кедр; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; молоко миндальное для косметических целей; молочко туалетное; мускус [парфюмерия]; мыла дезодорирующие; мыла для бритья; мыла против потения; мыла против

потения ног; мыла; мыло миндальное; мята для парфюмерии; наборы косметические; наклейки для ногтей; ногти искусственные; одеколон; основы для цветочных духов; пероксид водорода для косметических целей; помада губная; помады для косметических целей; препараты для бритья; препараты для ванн косметические; препараты для ванн, не для медицинских целей; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для интимной гигиены, дезодоранты; препараты для осветления кожи; препараты для похудения косметические; препараты для удаления макияжа; препараты для ухода за ногтями; препараты коллагеновые для косметических целей; препараты с алоэ вера для косметических целей; препараты солнцезащитные; пудра для макияжа; растворы вагинальные для интимной гигиены или в качестве дезодоранта; ресницы искусственные; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; салфетки, пропитанные препаратами для удаления макияжа; сафрол; смеси ароматические из цветов и трав; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; средства вяжущие для косметических целей; средства для бровей косметические; средства для гримирования; средства для загара косметические; средства для окрашивания волос; средства для перманентной завивки нейтрализующие; средства для ресниц косметические; средства для ухода за кожей косметические; средства косметические; средства косметические для окрашивания ресниц и бровей; средства моющие для интимной гигиены немедицинские; средства обесцвечивающие [деколораторы] для косметических целей; средства туалетные против потения [туалетные принадлежности]; средства туалетные; средства фитокосметические; тальк туалетный; тампоны ватные для косметических целей; терпены [эфирные масла]; хна [краситель косметический]; шампуни сухие; шампуни; экстракты растительные для косметических целей; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]» знака (11). Однородность вышеперечисленных товаров связана с тем, что они относятся к одним родовым группам (парфюмерно-косметическая продукция),

могут иметь совместные каналы реализации, один круг потребителей, кроме того, данные товары могут быть сопутствующими, взаимодополняемыми.

Вместе с тем, не признаются однородными между собой заявленные товары 03 класса МКТУ «продукты косметические, а именно патчи витаминные; патчи немедицинские витаминно-минеральные; смарт-патчи; патчи клеящиеся с активными добавками», а также товары 03 класса МКТУ «ароматизаторы пищевые [эфирные масла]» знака (12), товары 03 класса МКТУ «аэрозоль для освежения полости рта; гель для отбеливания зубов; зубные порошки и пасты; полоски для освежения дыхания; полоски отбеливающие для зубов; препараты для полирования зубных протезов; препараты для полоскания рта, за исключением используемых в медицинских целях; препараты для чистки зубных протезов» знака (13). Для сравниваемых товаров характерно отнесение к различным родовым группам (парфюмерно-косметическая продукция / пищевые ароматизаторы / средства для ухода за зубами и полостью рта), различное функциональное назначение, а также разные условия производства и реализации.

Заявленные услуги 35 класса МКТУ «продвижение продаж для третьих лиц продуктов косметических, а именно патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками; продвижение товаров через лидеров мнений патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками» однородны услугам 35 класса МКТУ «продвижение товаров для третьих лиц, в том числе магазины розничной продажи музыкальных записей; розничные магазины и интерактивные розничные Интернет-магазины по продаже товаров в области аудио- и видеозаписей, пленок, компакт-дисков и книг, видеофильмов и журналов в области музыки; розничные магазины и интерактивные розничные Интернет-магазины по продаже мобильных средств связи; демонстрация товаров, оформление витрин, реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги по оптовой и розничной продаже товаров» знака (3), услугам 35 класса МКТУ «услуги розничной торговли, предоставляемые магазинами частей и аксессуаров для автомобилей; услуги розничных Интернет-магазинов,

рекламирующих косметические товары, одежду и аксессуары; предоставление потребителям информации о товарах; предоставление потребителям информации о товарах или услугах; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг / предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление возможность покупателям выбора и покупки данных товаров; консультации по прямой работе с клиентами» знака (8), услугам 35 класса МКТУ «предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг» знака (9), услугам 35 класса МКТУ «trading services, namely retail and whole sale services relating to vehicles and conveyances and to parts and accessories thereof» («торговые услуги, а именно услуги розничной и оптовой торговли транспортными средствами и средствами передвижения, а также их частями и принадлежностями») знака (15). Данные услуги имеют одну общеродовую принадлежность (продвижение товаров и услуг, включая их реализацию и рекламу) и, следовательно, характеризуются общими целями оказания.

Вместе с тем, заявленные услуги 35 класс МКТУ «продвижение продаж для третьих лиц продуктов косметических, а именно патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками; продвижение товаров через лидеров мнений патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками» не являются однородными услугам 35 класса МКТУ «посреднические услуги и расчеты в отношении заменяемых транспортных средств для аренды или взятых напрокат» знака (14), услугам 35 класса МКТУ «агентства по коммерческой информации; анализ себестоимости; аудит; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских книг; выписка счетов; запись сообщений; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям; исследования в области бизнеса; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом;

консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; менеджмент в области творческого бизнеса; обзоры печати; обработка текста; организация подписки на газеты для третьих лиц; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; прогнозирование экономическое; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат фотокопировального оборудования; репродуцирование документов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги по переезду предприятий; услуги по сравнению цен; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги фотокопирования; экспертиза деловая» знака (5). По мнению коллегии, заявленные и противопоставленные услуги относятся к различным видовым и родовым группам (продвижение патчей / посреднические услуги, оказываемые в отношении транспортных средств для аренды или взятых напрокат / бизнес услуги, услуги информационно-справочные, услуги в области бухгалтерского учета, услуги конторские и секретарские, услуги кадровые, услуги по исследованию рынка и общественного мнения), которые имеют различные назначение, лиц, которые их указывают, а также различный круг потребителей. Данные услуги оказываются в совершенно различных областях.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия приходит к выводу о наличии сходства заявленного обозначения и противопоставленных знаков (1, 3-9, 11, 14-15) в отношении приведенных по тексту заключения товаров и услуг 03 и 35 классов

МКТУ, для которых заявленное обозначение не соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Отказ в регистрации заявленного обозначения мотивирован также его несоответствием пункту 3 статьи 1483 Кодекса как вводящий в заблуждение относительно производителя товаров / лица, оказывающего услуги.

Так, согласно ссылкам в сети Интернет, упомянутым в решении Роспатента и приобщенных к протоколу заседания коллегии от 21.10.2024, сеть магазинов «Лэтуаль» реализует серию гидрогелевых патчей для глаз под обозначением «Smart patch»<sup>8</sup>. В сети Интернет присутствуют многочисленные отзывы, в которых различные лица дают оценку данным товарам, при этом, в отзывах содержатся фотографии упаковки данной продукции, на которой в качестве производителя продукции указана корейская компания «ADWIN Korea Corporation» (2F Adwin Bldg., 22 Yeongdogdaero 71-gil, Gangnam-gu, Сеул, Корея)<sup>9</sup>.

Таким образом, представленные ссылки содержат информацию на русском языке, иллюстрируют упаковку, состав и сведения об источнике происхождения товаров, следовательно, российский потребитель в достаточной степени имеет возможность ознакомиться с характеристиками патчей для глаз, маркированных обозначением «Smart patch». Данные о соответствующих товарах не являются единичными, они широко представлены в сети Интернет.

Необходимо отметить также, что информация, касающаяся патчей для глаз «smart patch» относится к периоду более раннему, чем дата приоритета заявленного обозначения. Так, например, отзывы, касающиеся данной продукции, были размещены, как минимум, с 29.03.2020, но также и относятся к иным датам (например, 23.08.2021, 29.09.2022, 03.10.2022).

Резюмируя вышеизложенное, следует констатировать, что словесные элементы заявленного обозначения воспроизводят обозначение «Smart patch», используемое иным лицом при производстве патчей для глаз. Предоставление

<sup>8</sup> <https://www.letu.ru/product/1-etual-smart-patch-gidrogelevye-patchi-dlya-glaz-goldenergy/79700001>, [www.ozon.ru/category/uhod-za-litsom-6559/?category\\_was\\_predicted=true&deny\\_category\\_prediction=true&from\\_global=true](https://www.ozon.ru/category/uhod-za-litsom-6559/?category_was_predicted=true&deny_category_prediction=true&from_global=true) text=smart +patch

<sup>9</sup> <https://irecommend.ru/content/dobrotnye-patchi-sobstvennoi-marki-letual-esli-eshche-ne-probovali-patchi-nachat-predlagayu>, [https://otzovik.com/reviews/gidrogelevie\\_patchi\\_dlya\\_glaz\\_1\\_etual\\_smart/?ysclid=m292vmt2wm503148775](https://otzovik.com/reviews/gidrogelevie_patchi_dlya_glaz_1_etual_smart/?ysclid=m292vmt2wm503148775), <https://irecommend.ru/content/patchi-dlya-glaz-letual-smart-patch-s-ekstraktom-kamelii>, <https://www.letu.ru/product/reviews/1-etual-gidrogelevye-patchi-dlya-glaz-lavender-extract-smart-patch/111000764>

правовой охраны заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров 03 класса МКТУ «продукты косметические, а именно патчи витаминные; патчи немедицинские витаминно-минеральные; смарт-патчи; патчи клеящиеся с активными добавками», которые относятся непосредственно к патчам, услуг 35 класса МКТУ «продвижение продаж для третьих лиц продуктов косметических, а именно патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками; продвижение товаров через лидеров мнений патчей витаминных, патчей немедицинских витаминно-минеральных, смарт-патчей, патчей клеящихся с активными добавками», направленных на продвижение патчей, которые однородны продукции, маркируемой противопоставляемым обозначением и выпускаемой компанией «ADWIN Korea Corporation». Однородность вышеприведенных товаров и услуг носит очевидный характер.

Более того, заявленные услуги 44 класса МКТУ «услуги в области гигиены и косметики для людей; маникюр; массаж; салоны красоты; услуги косметологов; услуги по окрашиванию волос; услуги санаториев; услуги саун; услуги соляриев; услуги эстетические» также могут быть оказаны с использованием патчей, следовательно, сравниваемые товары и услуги признаются сопутствующими, имеют одну область применения, круг потребителей. Таким образом, можно сделать вывод о наличии совокупности критериев однородности, свидетельствующих о том, что заявленные услуги 44 класса МКТУ могут быть отнесены потребителями к одному источнику происхождения с товарами, производимыми компанией «ADWIN Korea Corporation». Таким образом, при восприятии заявленных услуг 44 класса МКТУ потребитель также может быть введен в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги.

На основании совокупности информации, представленной на вышеприведенных сайтах, коллегия приходит к выводу о том, что заявленное обозначение не соответствует пункту 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку воспроизводит обозначение, используемое иной компанией при маркировке товаров, однородных заявленным товарам и услугам 03, 35 и 44 классов МКТУ.

С учетом вышеизложенного, 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 01.02.2024, оставить в силе решение Роспатента от 15.12.2023.**