

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 07.11.2025, поданное Индивидуальным предпринимателем Филипповой Анастасией Анатольевной, г. Тула (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024761713 от 15.07.2025 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.



Комбинированное обозначение «*БУМАГА И ХОЛСТ ТУТ КРАСИВО*» по заявке №2024761713, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 05.06.2024, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 16 и услуг 35, 42 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 15.07.2025 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024761713 в отношении заявленных товаров 16 и услуг 35, 42 классов МКТУ ввиду несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 1, пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «БУМАГА И ХОЛСТ» («БУМАГА» - специальный материал для письма, печати, рисования и др., изготавливаемый из тряпичной и древесной массы; «ХОЛСТ» - льняная, полульняная или хлопчатобумажная ткань, может быть с узкими цветными полосками (каймой) по краям. См. Краткая энциклопедия домашнего хозяйства. — М.: Большая Советская Энциклопедия. Под ред. А. Ф. Ахабадзе, А. Л. Грекулова. 1976; Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940 на <https://dic.academic.ru/> и др.) в отношении всех заявленных товаров и услуг 16, 35, 42 классов МКТУ не обладает различительной способностью, поскольку указывает на вид, свойство заявленных товаров, назначение заявленных услуг, в результате чего, является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Помимо этого, заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с товарным знаком «КРАСИВО» зарегистрированным под №462670 с приоритетом от 22.03.2011 (охрана знака продлена до 22.03.2031 г.), на имя Общества с ограниченной ответственностью Завод «Краски КВИЛ», 309023, г. Белгород, ул. Студенческая, 50, в отношении услуг 35 класса МКТУ, однородных заявленным услугам 35 класса МКТУ;

- с товарным знаком «KRASIVO» зарегистрированным под №960919 с приоритетом от 23.03.2021, на имя Общества с ограниченной ответственностью «КРАСИВО» 123112, Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Пресненский, наб. Пресненская, д. 12, пом. 5/64, в отношении товаров и услуг 16, 35, 42 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 16, 35, 42 классов МКТУ.

В поступившем возражении от 07.11.2025 заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- словесный элемент «БУМАГА И ХОЛСТ» заявленного обозначения бесконфликтно используется заявителем продолжительное время, в том числе использовался до даты подачи заявки, что позволяет утверждать о формировании в сознании потребителя устойчивой связи между обозначением и заявителем, с его товарами,

- представленные документы позволяют утверждать о факте приобретения различительной способности словесного элемента заявленного обозначения,

- прилагательное «КРАСИВО» в заявленном обозначении употреблено не как абстракция, как в противопоставленных товарных знаках, а связано с конкретным определением «ТУТ»,

- слова «БУМАГА И ХОЛСТ» заявленного обозначения ещё более детализируют значение заявленной фразы, формируя целостный и однозначный образ: «БУМАГА И ХОЛСТ – ТУТ КРАСИВО»,

- среди заявленных товаров, перечисленных в 16 классе, однородными являются лишь «конверты [канцелярские товары]», а также «холсты для картин», присутствующие в перечне товарного знака по №960919,

- в 35 классе противопоставленных регистраций по №462670 и №960919 тождественные заявленным услуги отсутствуют,

- услуги 42 класса, представляющие собой «проектирование и дизайн печатной продукции», отсутствуют в перечнях противопоставленных регистраций,

- потребители товаров заявленного перечня и противопоставленного товарного знака различаются,

- перечень противопоставления по №462670 не содержит товары 16 класса, но содержит услуги 35 класса, среди которых «продвижение товаров [для третьих лиц]», однако в заявленном перечне услуги продажи

конкретизированы и ограничены лишь печатной продукцией, что ограничивает круг потребителей услуг заявленного перечня.

На заседании коллегии, состоявшемся 22.12.2025, заявитель уточнил перечень испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ, указав, что в отношении услуг 35 класса МКТУ «распространение рекламных материалов [листовок и печатной продукции]» правовая охрана не испрашивается.

На основании вышеизложенного заявитель просит предоставить регистрацию заявленному обозначению в качестве товарного знака.

В подтверждение своих доводов заявителем представлены следующие документы:

1. Копия страницы магазина «Wildberries»,
2. Копия страницы магазина «Ozon»,
3. Копия страницы магазина «Ямаркет»,
4. Акт от 30.04.2023,
5. Акт от 31.05.2023,
6. Акт от 30.06.2023,
7. Акт от 31.07.2023,
8. Акт от 31.08.2023,
9. Акт от 30.09.2023,
10. Акт от 31.10.2023,
11. Акт от 30.11.2023,
12. Акт от 31.12.2023,
13. Акт от 31.01.2024,
14. Акт от 29.02.2024,
15. Акт от 31.03.2024,
16. Акт от 30.04.2024,
17. Акт от 31.05.2024,
18. Акт от 31.10.2023,
19. Акт от 31.12.2024,
20. Отчёт о стоимости услуг маркетплейса.

Изучив материалы дела, коллегия установила следующее.

С учетом даты (05.06.2024) поступления заявки №2024761713 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

Исходя из положений пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, положения пункта 1 настоящей статьи не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;
- 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1 - 4 пункта 1 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным

характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар. Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;
- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;
- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

В соответствии с пунктом 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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

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

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 настоящем пункте, 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 «БУМАГА И ХОЛСТ ТУТ КРАСИВО» является комбинированным, включает словесные элементы «БУМАГА И ХОЛСТ ТУТ КРАСИВО», выполненные стандартным шрифтом буквами кириллического алфавита, и изобразительный элемент в виде витиеватой линии черного цвета.

Предоставление правовой охраны испрашивается в отношении товаров 16 и услуг 35, 42 классов МКТУ.

В соответствии с решением Роспатента входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «БУМАГА И ХОЛСТ» («БУМАГА» - специальный материал для письма, печати, рисования и др., изготавливаемый из тряпичной и древесной массы; «ХОЛСТ» - льняная, полульняная или хлопчатобумажная ткань, может быть с узкими цветными полосками (каймой) по краям. См. Краткая энциклопедия домашнего хозяйства. — М.: Большая Советская Энциклопедия. Под ред. А. Ф. Ахабадзе, А. Л. Грекулова. 1976; Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940 на <https://dic.academic.ru/> и др.) в отношении всех заявленных товаров и услуг 16, 35, 42 классов МКТУ не обладают различительной способностью, поскольку указывают на вид, свойство заявленных товаров, назначение заявленных услуг, в результате чего, являются неохраняемыми на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.





Следует отметить, что данный довод экспертизы не опровергается заявителем, вместе с тем, как отмечает заявитель, представленные в материалы дела документы позволяют утверждать о факте приобретения различительной способности словесного элемента «БУМАГА и ХОЛСТ» заявленного обозначения.


Коллегия проанализировала представленные материалы (1-20), а именно: скрины страниц маркетплейсов и соответствующие акты выполненных работ.

Данные материалы демонстрируют продажу товаров под обозначением «БУМАГА и ХОЛСТ» на маркетплейсах.

Вместе с тем представленные документы не содержат всей совокупности фактических сведений, предусмотренных подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, которые подтверждали бы приобретение указанным обозначением различительной способности, ввиду чего коллегия приходит к выводу, что в отношении элементов «БУМАГА и ХОЛСТ» основания для снятия пункта 1 статьи 1483 Кодекса отсутствуют.

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

В качестве сходных до степени смешения с заявленным обозначением (в заключении по результатам экспертизы) указаны комбинированные товарные знаки: [1] «» по свидетельству №462670, [2] «» по свидетельству №960919, выполненные оригинальным шрифтом буквами кириллического и латинского алфавитов.

  
Заявленное обозначение «БУМАГА И ХОЛСТ-ТУТ КРАСИВО» включает следующие словесные элементы «БУМАГА И ХОЛСТ», «ТУТ КРАСИВО». Следует отметить, что словесные элементы «БУМАГА И ХОЛСТ», с учетом вышеприведенного семантического значения, являются слабыми элементами, поскольку не обладают различительной способностью и исключены из правовой охраны.

Таким образом, основным индивидуализирующим словесным элементом в знаке являются словесные элементы «ТУТ КРАСИВО».

Сравнительный анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1, 2] показал звуковое и смысловое («Красиво» - распрекрасно, привлекательно, со вкусом, изысканно, художественно, прелестно, Словарь русских синонимов, [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_synonims/66667/красиво](https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/66667/красиво)) тождество элементов «КРАСИВО» и [1] «КРАСИВО», [2] «KRASIVO». При этом элемент «KRASIVO» вполне очевидно воспринимается как транслитерация буквами латинского алфавита слова «КРАСИВО», выполненного в кириллице.

Следует отметить, что наличие элемента «ТУТ» («Тут» - наречие, обозначающее то же, что «здесь», Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1060650>) не влияет существенным образом на фонетическое и семантическое восприятие сравниваемых обозначений «ТУТ КРАСИВО» и «КРАСИВО», ввиду прежде всего протяженности совпадающего элемента «КРАСИВО» (7 звуков) по отношению к элементу «ТУТ» (3 звука), а также смыслового значения, элемент «ТУТ», по сути, является второстепенным элементом (дополняющим) по отношению к основному элементу «КРАСИВО». Кроме того, в данном случае можно говорить о фонетическом вхождении элемента «КРАСИВО» в фонетический ряд заявленного обозначения.

В отношении графического критерия сходства заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1] можно говорить о совпадении кириллического алфавита в сравниваемых знаках.

Различия в графическом исполнении с противопоставленным товарным знаком [2] не могут повлиять на общее восприятие знаков, поскольку совпадение вышеуказанных элементов «КРАСИВО» и [2] «KRASIVO» является определяющим при оценке восприятия заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [2].

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

Сравнительный анализ перечня испрашиваемых товаров и услуг 16, 35, 42 классов МКТУ заявленного обозначения и товаров 16 и услуг 35, 42 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2] показал следующее.

На заседании коллегии, состоявшемся 22.12.2025, заявитель уточнил перечень испрашиваемых услуг 35 класса МКТУ, указав, что в отношении услуг 35 класса МКТУ «распространение рекламных материалов [листовок и печатной продукции]» правовая охрана не испрашивается, ввиду чего данная позиция в анализе перечня услуг 35 класса МКТУ далее не учитывается.

Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении следующих товаров и услуг:

16 - сертификаты подарочные являющиеся печатными подарочными картами; открытки поздравительные; открытки почтовые; открытки праздничные; открытки рождественские; открытки свадебные; открытки с картинкой; постеры бумажные; конверты; конверты [канцелярские товары]; наклейки; книги с наклейками; наклейки автомобильные; наклейки голографические; наклейки напольные; наклейки детские для стен; наклейки [переводные картинки]; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; приглашения отпечатанные; сертификаты отпечатанные; сертификаты наград отпечатанные; сертификаты подарочные, отпечатанные; акварели [картины]; картины для раскрашивания; портреты [картины]; репродукции картин; картины в виде напечатанных фотографий; картины [произведения искусства]; картины [рисунки] обрамленные или необрамленные; отпечатки живописных картин; печатные репродукции в стиле картин; портреты акварельные [картины]; портреты маслом [картины]; холсты для картин; этикетки из бумаги или картона,

35 - услуги по оптовой продаже печатной продукции; услуги по розничной продаже печатной продукции; услуги Интернет-магазинов по

оптовой продаже печатной продукции; услуги Интернет-магазинов по розничной продаже печатной продукции; распространение рекламных материалов [брошюр, проспектов, печатных материалов, образцов]; публикация постеров в рекламных целях; размещение адреса на конвертах,

42 - дизайн печатных материалов; дизайн печатной продукции; проектирование и разработка электронных поздравительных открыток [электронные открытки].

Противопоставленный товарный знак [1] зарегистрирован в отношении следующего перечня услуг 35 класса МКТУ:

[1] – 35 - представление товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; продвижение товаров [для третьих лиц]; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами 02 класса].

Противопоставленный товарный знак [2] зарегистрирован в отношении следующих услуг 35 класса МКТУ «агентства рекламные», а также широкого перечня товаров 16 и услуг 42 классов МКТУ, включающих, в том числе, следующие позиции:

16 – бумага; бумага в листах [канцелярские товары]; бумага воощеная; бумага для рисования и каллиграфии; бумага из древесной массы; бумага копировальная; бумага офисная; бумага пергаментная; бумага рисовая; бумага светящаяся; бумага японская [васи]; калька бумажная; калька тканевая; кальки; кисти для рисования; кисти для художников; конверты [канцелярские товары]; коробки с красками [школьные принадлежности]; лотки для красок; макеты архитектурные; материалы для обучения [за исключением приборов]; материалы канцелярские для запечатывания; материалы переплетные; машины и устройства переплетные [офисное оборудование]; мольберты; муштабели для художников; нитки для переплетных работ; облатки для запечатывания; палитры для художников; палочки для письма тушью; пастели [карандаши]; подставки для книг; полотно для переплетных работ; приборы письменные; приборы чернильные; принадлежности письменные;

принадлежности пишущие; принадлежности школьные [канцелярские товары]; резак для бумаги [офисные принадлежности]; тетради; ткани для переплетных работ; товары писчебумажные; трафареты для рисования; устройства для запечатывания конвертов канторские; устройства для запечатывания канторские; устройства для изготовления виньеток; устройства для наклеивания фотографий; холсты для картин; целлулоиды мультипликационные; чашечки для разведения акварельных красок для художников и т.д.,

42 – проектирование компьютерных систем; разработка программного обеспечения для издательского дела; создание и разработка информационных каталогов на базе веб-сайтов для третьих лиц [услуги в области информационных технологий] и т.д.

Испрашиваемые товары 16 класса МКТУ, относящиеся к категории «продукция полиграфическая/ продукция полиграфическая художественная», являются однородными с товарами 16 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [2], поскольку либо полностью совпадают (холсты для картин, конверты [канцелярские товары]), то есть являются идентичными товарам противопоставленного товарного знака [2], либо тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, общие условия оказания, соотносятся друг с другом по родовому/видовому признаку.

Сравнительный анализ заявленного перечня услуг 35 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2] показал, что сопоставляемые услуги 35 класса МКТУ относятся к одному роду услуг (услуги по продвижению товаров и услуг, услуги рекламные), имеют одно назначение, сферу применения, ввиду чего признаются однородными.

При этом следует отметить, что услуги по продвижению товаров и услуг не исключают, в том числе, рекламные мероприятия, используемые для более успешного сбыта продукции или информирования потребителей о товарах.

Анализ услуг 42 класса МКТУ заявленного обозначения и услуги 42 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [2], в отношении

которых предоставлена правовая охрана, показал, что испрашиваемые услуги 42 класса МКТУ, относящиеся к категории «дизайн печатных материалов, проектирование и разработка» соотносятся с услугами 42 класса МКТУ «разработка программного обеспечения для издательского дела» противопоставленного товарного знака [2], так как сравниваемые услуги, относящиеся к одной сфере деятельности «печатное дело, печатная продукция», могут относиться к категории взаимодополняемых услуг, иметь сходное назначение и условия оказания.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1, 2], а также однородность испрашиваемых товаров и услуг 16, 35, 42 классов МКТУ соответствующим товарам и услугам 16, 35, 42 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2], их следует признать сходными до степени смешения.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия полагает, что в отношении испрашиваемых товаров и услуг 16, 35, 42 классов МКТУ правовая охрана не может быть предоставлена обозначению по заявке №2024761713, так как в данной части установлено сходство до степени смешения с товарными знаками [1, 2] в отношении однородных товаров и услуг 16, 35, 42 классов МКТУ, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 07.11.2025, оставить в силе решение Роспатента от 15.07.2025.**