

**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), рассмотрела возражение, поступившее 28.04.2025, поданное Индивидуальным предпринимателем Нечаевым Андреем Германовичем (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1030744, при этом установила следующее.



Оспариваемый товарный знак «
» по заявке
№ 2023758978, поданной 04.07.2023, зарегистрирован 19.06.2024 в
Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской
Федерации (далее – Госреестр) за № 1030744 на имя Общества с ограниченной
ответственностью "ЛАЙТБАДИ", Москва (далее – правообладатель) в
отношении товаров 03, 05, 18, 28, 30 классов МКТУ и услуг 39 и 44 классов МКТУ,
указанных в перечне свидетельства.

В поступившем 28.04.2025 в Федеральный службу по интеллектуальной
собственности возражении выражено мнение лица, его подавшего, о том, что

регистрация товарного знака по свидетельству № 1030744 произведена в нарушение требований, установленных положениями пунктов 3(1) и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №1030744 сходен до степени



смешения с товарным знаком « » по свидетельству №722606, принадлежащим лицу, подавшему возражение;

- лицо, подавшее возражение, полагает, что услуги 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака являются однородными оспариваемым товарам и услугам 03, 21, 35 классов МКТУ.

- ИП Нечаев Андрей Германович с 2014 года занимается предпринимательской деятельностью под обозначениями «JUST UP» и «JUST MAKE UP» в области реализации косметических средств для макияжа лица, макияжа губ, макияжа глаз, косметических инструментов. Свою деятельность осуществляет через официальные магазины, «Ozon», «Вконтакте». Его продукция также официально представлена в интернет-магазинах <https://just-make-up.ru/> и <https://just-make-up-shop.ru/>;

- продукция лица, подавшего возражение, приобрела большую популярность и узнаваемость на рынке, в связи с чем регистрация обозначения «ДЖАСТАП/JUSTUP» на имя иного лица введет потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров;

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1030744 недействительной полностью.

К возражению приложены:

1) Выписка из ЕГРИП в отношении Нечаева Андрея Германовича, ОГРНИП 304272213400026;

2) Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «ЛАЙТБАДИ»;

- 3) Снимок экрана «WHOIS.RU» с информацией о дате создания сайта just-make-up-shop.ru. Первая публикация в социальной сети «Вконтакте»;
- 4) Первая публикация в социальной сети «Вконтакте»;
- 5) Перечень товаров, реализуемых Нечаевым А.Г. через интернет-магазины;
- 6) Заявка Нечаева Андрея Германовича на регистрацию товарного знака №2023817082;
- 7) Сведения из открытого реестра товарных знаков о товарном знаке Нечаева Андрея Германовича №722606;
- 8) Снимок экрана с обозначение «JUSTUP», используемым ИП Нечаевым А.Г. на сайте <https://just-make-up.ru/catalog/Brows/>;
- 9) Скрин делопроизводства по заявке №2023758978 из открытых реестров на сайте ФИПС;
- 10) Выписка из ЕГРИП в отношении Нечаева Андрея Германовича, ОГРНИП 324911200012393.

Правообладатель оспариваемого товарного знака, уведомленный надлежащим образом о рассмотрении возражения, 08.07.2025 представил свой отзыв, доводы которого сводятся к следующему:

- правообладатель не согласен с доводами лица, подавшего возражение, о возникновении у потребителя представления об изготовителе спорных товаров, так как сам по себе факт использования обозначения до даты подачи заявки на товарный знак иным производителем не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товара;
- не представлено документального подтверждения информации о временном периоде реализации косметики, маркированной обозначением «JUST UP», а также об объемах продаж названных товаров;
- представленные вместе с возражением доказательства подтверждают реализацию косметики под обозначением «JUST UP», вместе с тем данные сведения о продаже товаров не подтверждают факт приобретения обозначением «JUST UP» у российских потребителей популярности, узнаваемости, а также его ассоциации исключительно с лицом, подавшим возражение;

- лицо, подавшее возражение, делает ошибочный вывод об однородности товаров и услуг.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №1030744.

Лицом, подавшим возражение, 27.10.2025 направлена дополнительная позиция, в которой оно указывает, что информация на маркетплейсах и в магазинах лица, подавшего возражение, содержит информацию о количестве подписчиков, отзывов и оценок на продукцию, в подтверждение чего им приводятся ссылки https://vk.com/justmakeup_official?ysclid=mh8ue90twh815824643, <https://www.ozon.ru/brand/just-make-up-100162916/>, <https://www.wildberries.ru/seller/234487>, https://www.ozon.ru/product/just-gel-dlya-brovey-ton-318519731706/?_bctx=CAMQ5LrhLw&at=jYtZ8xp0mTRRIG0Xf8W1WOuKMyEn7C7994j5S7YK2lk&tab=reviews, https://www.ozon.ru/product/just-make-up-kist-kosmeticheskaya-dlya-podvodki-461617354/?_bctx=CAMQ5LrhLw&at=k2to9Jmv_BTygvqK_gfZNLoRh00Y1gqiZZRX3lfZvKRBM. Также лицом, подавшим возражение, приводятся доводы относительно однородности услуг рекламы и демонстрации товаров.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (04.07.2023) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охранных способностей включает в себя вышеупомянутый Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Роспатента от 05.03.2003 №32, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.03.2003, рег. №4322, и введенные в действие 10.05.2003 (далее - Правила).

В соответствии с требованиями пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих

собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности. В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

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

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом.

Лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарного знака


«**JUST up**» по свидетельству № 722606, сходного, по его мнению, с оспариваемым товарным знаком. Также, лицо, подавшее возражение, полагает, что

сходный, по его мнению, оспариваемый товарный знак способен ввести потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары. Указанное позволяет признать Индивидуального предпринимателя Нечаева Андрея Германовича заинтересованным лицом в подаче настоящего возражения.



Оспариваемый товарный знак «**ДЖАСТАП JUSTUP**» по свидетельству №1030744 включает фантазийный изобразительный элемент и слова «ДЖАСТАП JUSTUP», выполненные буквами русского и латинского алфавитов. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 03, 05, 18, 28, 30 классов МКТУ и услуг 39, 44 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Согласно рассматриваемому возражению, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны оспариваемого товарного знака недействительным полностью, ввиду его несоответствия требованиям пунктов 3(1) и 6(2) статьи 1483 Кодекса.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.



Противопоставленный товарный знак «**JUST UP**» по свидетельству № 722606 содержит словесный элемент «JUST UP», выполненный буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку по свидетельству № 722606 предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба».

Сравнительный анализ оспариваемого товарного знака



«**ДЖАСТАП JUSTUP**» и противопоставленного товарного знака



«**»** показал, что сравниваемые знаки включают фонетически тождественный словесный «ДЖАСТАП»/«JUSTUP» и «JUST up» [ДЖАСТ - АП].

Согласно словарно-справочным источникам (см. Интернет словарь <https://dic.academic.ru/>, Интернет переводчик <https://translate.google.com/>) словесные элементы оспариваемого товарного знака «ДЖАСТАП»/«JUSTUP» не имеют семантического значения, что приводит к невозможности проведения сравнительного анализа на наличие семантического сходства.

Визуально сравниваемые обозначения производят различные впечатления за счет использования разных графических приемов. Однако, наличие всех трех признаков сходства не является обязательным для признания сходства между сравниваемыми обозначениями.

С учетом вышеизложенного коллегия приходит к выводу о фонетическом тождестве оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака по свидетельству №1030744.

Анализ однородности оспариваемых товаров 03, 05, 18, 28, 30 классов МКТУ и услуг 39 и 44 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства и противопоставленных услуг 35 класса МКТУ показал отсутствие однородности.

Вопреки доводам лица, подавшего возражение, правовая охрана оспариваемого товарного знака не распространяется на услуги 35 класса МКТУ.

Противопоставленные услуги 35 класса МКТУ «реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба» представлены в общем виде, не имеют конкретизации по товарам и услугам. Таким образом, противопоставленные услуги 35 класса МКТУ отличаются по роду и виду услуг, имеют разное назначение, условия оказания.

Таким образом, у коллегии отсутствуют основания полагать, что маркированные сходными обозначениями сравниваемые товары 03, 05, 18, 28, 30 классов МКТУ и услуги 39, 44, 35 классов МКТУ могут быть смешаны

потребителями в гражданском обороте. В материалах возражения отсутствуют сведения об известности противопоставленного товарного знака.

Оспариваемый товарный знак соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В возражении содержится довод о том, что оспариваемый знак не соответствует требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку является сходным до степени смешения с обозначением, используемым лицом, подавшим возражение, в своей коммерческой деятельности на территории Российской Федерации.

Вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары, может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным производителем товаров/ лицом, оказывающим услуги, на основании имеющегося опыта.

В материалы возражения представлена информация о том, что лицо, подавшее возражение, с 2014 года занимается предпринимательской деятельностью под обозначениями «JUST UP» и «JUST MAKE UP» в области реализации косметических средств для макияжа лица, макияжа губ, макияжа глаз, косметических инструментов. Свою деятельность лицо, подавшее возражение, осуществляет через официальные магазины, «Ozon», «Вконтакте». Его продукция также официально представлена в интернет-магазинах <https://just-make-up.ru/> и <https://just-make-up-shop.ru/>. Согласно сведениям: перечень товаров, реализуемых Нечаевым А.Г. через интернет-магазины [5] лицо, подавшее возражение, использует



иные обозначения «» и «» для индивидуализации своих услуг, вместе с тем, в материалы возражения не представлено мнение потребителей об ассоциации товарного знака



В подтверждение довода о введении потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров, лицо, подавшее возражение, представляет ссылки сети Интернет https://vk.com/justmakeup_official?ysclid=mh8ue90twh815824643,
<https://www.ozon.ru/brand/just-make-up-100162916/>,
<https://www.wildberries.ru/seller/234487>, https://www.ozon.ru/product/just-gel-dlya-brovey-ton-318519731706/?_bctx=CAMQ5LrhLw&at=jYtZ8xp0mTRR1G0Xf8WIWOuKMyEn7C7994j5S7YK2lk&tab=reviews, https://www.ozon.ru/product/just-make-up-kist-kosmeticheskaya-dlya-podvodki-461617354/?_bctx=CAMQ5LrhLw&at=k2to9Jmv_BTygvqK_gfZNL0kRh00Y1gqiZZRX3lfZvKRBM.

Коллегия отмечает, что вышеуказанные сведения не доказывают доведение продукции до конечного потребителя, в связи с чем, невозможно прийти к выводу об объёмах реализуемой продукции лицом, подавшим возражение, до даты приоритета оспариваемого товарного знака. В отсутствие сведений о фактически оказанных услугах, коллегии не представляется возможным сделать вывод об известности обозначения, используемого лицом, подавшим возражение.

Также не было представлено и данных социологического опроса, который бы подтверждал доводы лица, подавшего возражение, о введении потребителя в заблуждение относительно производителя товаров/лица, оказывающего услуги.

С учетом сказанного, коллегия не располагает доказательствами несоответствия оспариваемой регистрации положениям пункта 3(1) статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 28.04.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №1030744.