Приложение
к решению Роспатента

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 поступившее 01.10.2025 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 969957, поданное ООО «Индишоп», г. Иваново, при этом установлено следующее.

Регистрация оспариваемого товарного знака «ЮБКА ПОД ВАННУ» с приоритетом от 02.05.2023 по заявке №2023737358 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 22.09.2023 за №969957 в отношении товаров 24 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ) на имя Злобиной О.Б., г. Ижевск (далее – правообладатель).

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 01.10.2025, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 969957 произведена в нарушение требований, установленных пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- ООО «Индишоп» с 2020 года ведет предпринимательскую деятельность с видом деятельности: торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети Интернет, в частности, осуществляет розничную торговлю на маркетплейсах «Wildberries» (магазин «YAGO»), «Ozon» (магазин «YAGO»), «Яндекс Маркет», на своей странице в социальной сети «Вконтакте» и других площадках мягкими

тканевыми экранами под ванну. ООО «Индишоп» изготавливает и продает тканевые экраны под ванну с 2023 года. ООО «Индишоп» использовало словосочетание «юбка под ванну» в описании к товару для описания характеристик экрана под ванну из ткани до регистрации словесного товарного знака Злобиной О.Б., однако, после регистрации товарного знака Злобина О.Б. направила претензии о запрещении использования наименования «юбка под ванну» в описании товара. Изложенное свидетельствует о заинтересованности ООО «Индишоп» в оспаривании правовой охраны товарного знака по свидетельству №969957;

- оспариваемый знак не обладает различительной способностью в результате использования различными лицами в отношении оспариваемых товаров, вошел во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида, а также указывает на характеристики оспариваемых товаров;

- в состав товарного знака входит словесный элемент «ЮБКА», обозначающий, как указано в словарях, женскую одежду от талии книзу[1]. Также слово «юбка» используется для обозначения боковых стенок цилиндрического изделия или их нижней части. Существуют также специальные термины: в судах на воздушной подушке «юбка» - это тонкостенный пустотелый купол, затрудняющий истечение воздуха из-под днища. В соплощелевой схеме подушка создаётся потоком воздуха из кольцевого сопла, образованного юбкой и центральной частью с плоским днищем. В спортивных терминах «юбка» представляет собой часть снаряжения каякера в виде непромокаемой ткани, которая натягивается на его пояс и крепится наружным эллипсисом за посадочное место. Также обозначение «юбка» используется автомобилистами для обозначения нижней кузовной детали передней или задней части кузова, юбка переднего бампера иногда выполняет аэродинамические задачи, кроме того, юбка - это нижняя часть поршня. Таким образом, слово «юбка» получило широкое распространение для обозначения нижней части какого-либо изделия или боковых стенок изделия и не обладает различительной способностью как в целом, так и применительно к товарам 24 класса МКТУ. В состав знака также входит словесный элемент «ВАННА» означающая: 1. Большой, обычно продолговатый сосуд для купания, мытья. Сесть в ванну. 2. Мытьё или лечебная процедура в таком сосуде.

[1] Словарь Ожегова https://slovaro7hegnva.ru/word.php?wordid = 36446. https://dic.academnic.ru/searchall.phpV

Принять ванну. Хвойная в. 3. перен. Лечение воздействием на тело солнца, воздуха, грязей. Солнечные, воздушные, грязевые ванны. 4. В технике: вместилище для растворов, жидкостей, используемое для их хранения или для различных технологических процессов[2]. Слово «ВАННА» непосредственно указывает на вид, назначение товаров 24 класса МКТУ - занавески для ванной и также не обладает различительной способностью и является неохраняемым элементом на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Таким образом, оба эти элемента не обладают различительной способностью, характеризуют заявленные товары 24 классов МКТУ, а именно указывают на назначение товаров, в связи с чем являются неохраняемыми на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- рядовому потребителю понятен смысл обозначения «ЮБКА ПОД ВАННУ» без дополнительных рассуждений, потребители ищут в сети Интернет соответствующий товар, рассчитывая найти шторку, крепящуюся на ванну и закрывающую нижнюю часть ванны до пола, в отличие от шторки для ванны, которая крепится сверху для защиты от брызг, а не товар конкретного производителя;

- описательность товарного знака подтверждается результатами поисковой выдачи и множеством фактов добросовестного использования другими производителями и продавцами (Злобиной О.Б., но и ООО «Индишоп» и другими изготовителями: индивидуальными предпринимателями Алексеевой Е.Г. (ИНН 773180693618), Ивановой М.В. (ИНН 471304537549), Лямшиным И.С. (ИНН 564003091492). Указанное выражение используется уже длительное время дизайнерами, рукодельницами, продавцами товаров для обозначения тканевых занавесок, крепящихся на ванну или умывальник;

- регистрация словесного товарного знака «ЮБКА ПОД ВАННУ» на имя Злобиной О.Б. лишает возможности других производителей использовать данное обозначения как вид товара;

- обозначение «ЮБКА ПОД ВАННУ» не приобрело различительную способность в результате его использования, как относящееся к товару, производимому и продаваемому Злобиной О.Б.

[2] https://dic.academic.ru/searchall.php

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 969957 недействительным полностью.

В обоснование своих доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

1. Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Индишоп»;

2. Решение об избрании генерального директора ООО «Индишоп»;

3. Скриншот архива продаж ООО «Индишоп» на маркетплейсе «Wildberries»;

4. Скриншот архива продаж ООО «Индишоп» на маркетплейсе «Ozon»;

5. Скриншот архива продаж ООО «Индишоп» на маркетплейсе «Яндекс Маркет»;

6. Скриншот страницы «вконтакте»;

7. Скриншот сайта «экрандля ванны.рф»;

8. Скриншот страницы сайта «Pinterest»;

9. Заявление Злобиной О.Б. в «Wildberries» от 27.10.2023;

10. Претензия Злобиной О.Б. от 13.11.2023;

11. Претензия Злобиной О.Б. от 05.02.2025;

12. Исковое заявление Злобиной О.Б. в Арбитражный суд Ивановской области с дополнениями;

13. Определение Арбитражного суда Ивановской области по делу № Al 7-2749/2025 о принятии искового заявления к производству;

14. Решение Арбитражного суда Удмуртской Республики по делу № А71-3861/2025;

15. Распечатки информации из сети Инетрнет.

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением, представил отзыв по его мотивам, согласно которому:

- товарный знак по свидетельству №969957 является охраноспособным в отношении товаров 24 класса МКТУ, входящих в объем его правовой охраны и не противоречит положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- лицом, подавшим возражение, не представлено ни единого словарного толкования термина «юбка» в контексте товаров 24 класса МКТУ;

- лицо, подавшее возражение, пренебрегает принципом исследования термина и его значения в отношении конкретных товаров, а не любых товаров;

- лицо, подавшее возражение, приходит к ошибочным выводам, указывая, что обозначение «юбка» получило широкое распространение для обозначения нижней части какого-либо изделия или боковых стенок изделия. Данный довод лица, подавшего возражение, является его субъективным мнением, которое, во-первых, основывается на не применимом в данном случае принципе аналогии (лицо, подавшее возражение, не представив ни единого толкования термина «юбка» в контексте товаров 24 класса МКТУ, переносит значения это слова из других сфер применительно к рассматриваемой ситуации, что является недопустимым), во-вторых, не имеет под собой никаких прямых и допустимых доказательств;

- термин «юбка» является частью грамматической конструкции, зарегистрированной в качестве товарного знака, а именно «ЮБКА ПОД ВАННУ», обладающей в совокупности определенным уникальным смыслом. Представляется маловероятным, что потребители при слуховом или визуальном восприятии будут разбирать единую грамматическую конструкцию, имеющую уникальный смысл и анализировать каждый элемент отдельно;

- несмотря на тот факт, что анализируемое словосочетание состоит из понятных для потребителя слов, а именно существительного «юбка», предлога «для» и существительного «ванна», в совокупности они образуют конструкцию, имеющую уникальный, фантазийный смысл. При визуальном или слуховом восприятии анализируемого словесного обозначения у потребителей, исходя из их начитанности, широты кругозора, уровня образования, могут возникнуть различные ассоциации. То есть потребителю дается воля воображения самому определять, понимать заложенный смысл, представлять и интерпретировать образы, возникающие у него в сознании, при восприятии анализируемого обозначения в отношении конкретных товаров;

- поскольку толкование словесного обозначения «ЮБКА ПОД ВАННУ» требует дополнительных рассуждений, домысливания, которые могут быть различными у разных потребителей, и поскольку сам по себе термин не имеет единого словарного значения, то анализируемое обозначение не является описательным, а в полной мере создает впечатление фантазийного обозначения, его регистрация не противоречит ничьим интересам и не создает необоснованные экономические преимущества у правообладателя;

- оспариваемый знак не вошел во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида. Лицом, подавшим возражение, не представлено каких-либо доказательств, свидетельствующих об использовании обозначения «ЮБКА ПОД ВАННУ» профессиональными субъектами предпринимательской деятельности, которые производят и предлагают к продаже товары 24 класса МКТУ, а также потребителями, спорного обозначения задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака в качестве указания на вид товара. Единичные случаи употребления термина «юбка» в отношении товаров 24 класса МКТУ в статьях, носящих информационный характер, не являются доказательствами общеупотребимости;

- отсутствуют фактические доказательства о том, что спорное обозначение настолько прочно вошло в обиход, что стало видовым понятием товара, неотделимым от него;

- лицом, подавшим возражение, не представлены данные о мнении максимально широкого круга лиц (изготовители, потребителей этого товара), которые бы подтверждали фактическое восприятие оспариваемого товарного знака в качестве вида товаров, в отношении которых ему предоставлена правовая охрана.

В подтверждение изложенных доводов правообладателем представлены:

15. Скриншоты статьи «Ванная в стиле Прованс: французские акценты в ваше ванной», размещенной на сайте https://santehlux.bv/sovetv-professionalov/vannaya-v-stile-provans-prostota-i-spokoynoe-velichie/?utmsource=chatgpt.com;

16. Скриншоты статьи «Как правильно выбрать экран под ванну: какие бывают и советы по подбору», размещенной на сайте https://mebell69.ru/articles/kak-vybrat-ehkran-pod-vannu/.

На основании вышеизложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 969957.

На заседании коллегии, состоявшемся 27.03.2026, лицом, подавшим возражение, представлено заключение по результатам лингвистического исследования от 15.03.2026 (17).

Правообладатель представил корреспонденцию от 07.05.2026, согласно которой:

- лингвистическое исследование базируется на односторонних материалах. При проведении анализа эксперт опирался исключительно на документы и материалы, предоставленные лицом, подавшим возражение (ООО «Индишоп»). Из-за этого исследование носит предвзятый и субъективный характер. Оно отражает частное мнение лица, подавшего возражение, а не беспристрастную позицию независимого эксперта в области лингвистики;

- использование слова «юбка» в переносном значении исключает его описательность;

- в исследовании приведены толкования слова «юбка», где базовым является «предмет одежды». Применительно к товарам 24 класса МКТУ (домашний текстиль) эксперт признает за термином метафорическое (переносное) значение. Согласно нормативным словарям, метафора строится на сравнении и аналогии, что полностью исключает прямую описательность. Использование метафоры требует от потребителя размышлений и логических цепочек, что доказывает фантазийность зарегистрированного знака;

- словесный элемент «юбка» лексически не связан с текстилем для ванных комнат;

- ни экспертом, ни лицом, подавшим возражение, не было представлено ни единого академического или терминологического словарного толкования слова «юбка» в контексте товаров 24 класса МКТУ. Все приведенные экспертом примеры (деталь автомобиля, часть колокола) относятся к совершенно иным областям техники и быта, что дополнительно подтверждает оригинальный характер обозначения применительно к шторам и экранам;

- эксперт необоснованно разбирает словосочетание по частям, игнорируя его целостность;

- обозначение «ЮБКА ПОД ВАННУ» необходимо оценивать как единую грамматическую конструкцию, обладающую уникальным смыслом в совокупности. Вместо этого эксперт занимался подменой слов и искусственным разделением элементов. При этом сам эксперт в тексте исследования прямо признал, что с точки зрения лингвистики данное уникальное словосочетание может считаться индивидуализирующим;

- выводы эксперта по основным вопросам являются голословными;

- ответы на поставленные вопросы содержат неустранимые противоречия (эксперт одновременно заявляет о метафоричности и допускает описательность). Эксперт сам указал, что оценка непосредственного потребительского восприятия (вопрос №4) находится вне его компетенции. В исследовании не представлено ни одного датированного документа или ссылки из Интернета, доказывающих синонимичность фразы «юбка под ванну» с терминами «занавеска» или «экран под ванну» на дату приоритета. Довод об общеупотребимости термина остался без практического обоснования.

От лица, подавшего возражение, на заседании от 25.05.2026 поступили следующие материалы:

- правообладатель использует правовую охрану спорного обозначения не для индивидуализации своих товаров, а для агрессивного вытеснения конкурентов с рынка путем монополизации общеупотребимого слова русского языка;

- из материалов судебного дела № А17-2749/2025 следует, что правообладатель заявляет исковые требования об обязании прекратить использование не только обозначения «юбка под ванну», но и отдельных слов «юбка», «штора-юбка», «тканевая юбка». Это прямо подтверждает, что правообладатель пытается запретить использовать в хозяйственном обороте родовые, видовые и описательные понятия;

- монополизация общеупотребимого в текстильной и интерьерной сфере слова «юбка» (в его переносном значении «занавеска, прикрывающая низ изделия») нарушает баланс интересов участников рынка и ущемляет права добросовестных производителей;

- обозначение «ЮБКА ПОД ВАННУ» является исключительно описательным, поскольку напрямую указывает на вид, назначение, материал и способ применения товара рядовым потребителем;

- для восприятия смысла словосочетания «ЮБКА ПОД ВАННУ» российскому потребителю не требуется домысливания или выстраивания сложных ассоциативных цепочек. Слово «юбка» в переносном смысле прочно вошло в обиход для обозначения тканевых завес, обрамлений и декоративных экранов для раковин, ванн и мебели (что подтверждается многочисленными публикациями в дизайне интерьеров начиная с 2011–2015 годов). Торговые площадки и поисковые системы (включая «Яндекс.Маркет», «OZON», «Wildberries», «Леруа Мерлен» / «Лемана ПРО») используют словосочетание

«юбка под ванны» как стандартное наименование категории товаров или фильтр для поиска;

- обозначение, состоящее исключительно из описательных элементов, не может быть признано оригинальным или фантазийным. Составные элементы («юбка» и «ванна») в своем семантическом союзе не образуют принципиально нового, отвлеченного от самого товара смысла;

- представленные лицом, подавшим возражение, архивные материалы и лингвистическое исследование профессора Хуснутдинова А.А. неопровержимо доказывают, что обозначение «ЮБКА ПОД ВАННУ» использовалось как общеупотребимое задолго до подачи правообладателем заявки на регистрацию;

- статьи на профильных ресурсах по дизайну интерьеров (santehlux.by от 2015 г., yellowhome.ru от 2015 г., vksplus.ru от 2014 г., domfront.ru от 2011 г.) используют термины «шторка-юбка под ванну», «юбка под раковину» и «юбочка-занавесочка» как видовые наименования текстильных изделий. Тот факт, что данные статьи написаны на русском языке и ориентированы на русскоязычную аудиторию, подтверждает, что в сознании потребителя данная языковая конструкция закрепилась как название конкретного предмета обихода, а не как бренд индивидуального изготовителя;

- наличие UTM-меток чат-бота в ссылках, предоставленных лицом, подавшим возражение, не опровергает достоверность и проверяемость самих фактов использования термина в сети Интернет. UTM-метка указывает лишь на технический инструмент, с помощью которого велся поиск или систематизация информации в период спора (2025–2026 гг.). Сами веб-страницы, статьи, даты их первоначальной публикации (начиная с 2011 года) и скриншоты являются объективными и проверяемыми доказательствами. Правообладатель не оспорил существование и содержание самих исторических публикаций, а технические параметры интернет-переходов не лишают скриншоты их доказательственной силы.

В подтверждение изложенных доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

18. Определение об истребовании доказательств по делу №А17-2749/2025 от 16.04.2026;

19. Ходатайство о запросе доказательств (дополнения к ходатайству от 05.02.2026);

20. Ходатайства о запросе доказательств.

Корреспонденцией от 29.06.2026 от правообладателя поступила следующая консолидированная позиция:

- словосочетание «ЮБКА ПОД ВАННУ» не зафиксировано в официальных лексикографических источниках как видовое название категории товаров;

- лицом, подавшим возражение, не представлено ни одного нормативно-технического документа или академического словаря, где указанное обозначение являлось бы стандартизированным обозначением для текстильных изделий. Согласно толковым словарям русского языка (в частности, С.И. Ожегова), для устройств, закрывающих или преграждающих доступ к пространству, используются общеупотребимые родовые понятия «экран» и «шторка». Обозначение «ЮБКА ПОД ВАННУ» является оригинальной словесной комбинацией, выполняющей главную функцию товарного знака - индивидуализацию продукции конкретного изготовителя;

- собственная торговая практика лица, подавшего возражение, опровергает его же утверждения об описательном характере знака. Из представленных в материалы дела скриншотов интернет-магазинов лица, подавшего возражение (бренд «YAGO»), и карточек маркетплейсов («Wildberries», «OZON», «Яндекс.Маркет») четко видно, что в качестве основного наименования категории товара используется термин «экран под ванну» («экран под ванну 120 см серый», «экран для ванны» и т.д.). Словосочетание «юбка под ванну» использовалось им исключительно в целях недобросовестного привлечения поискового трафика и контекстной рекламы в «Яндекс.Директ» через чужой товарный знак, что подтверждается материалами судебного дела №А17-2749/2025;

- статьи в блогах, публикации в социальных сетях и на краудсорсинговых платформах («Pinterest», «Telegram», «VK», «Livemaster») носят сугубо информационный и частный характер;

- перечисленные лицом, подавшим возражение, интернет-ресурсы описывают методы ручного творчества («своими руками») или содержат частные дизайнерские обзоры. Они не доказывают факт длительного, скоординированного и массового использования данного обозначения независимыми промышленными производителями на рынке до даты приоритета (02.05.2023). Данные материалы отражают лишь

метафорическое употребление слов отдельными гражданами, что не лишает зарегистрированный товарный знак его различительной способности в рамках закона;

- заключение профессора Хуснутдинова А.А. отражает лишь теоретический взгляд филолога, но не реальное восприятие знака целевым потребителем.

На заседании коллегии 17.07.2026 от лица, подавшего возражение, поступили следующие дополнительные пояснения:

- словосочетание «ЮБКА ПОД ВАННУ» использовалось до даты приоритета оспариваемого знака в описании шторок / занавесок для ванн / раковин дизайнерами, специалистами в области интерьера, обычными потребителями, иными производителями, выпускающими аналогичный товар. При восприятии спорного обозначения потребителям не требуются дополнительные рассуждения, домысливания и ассоциации, чтобы прийти к заключению о том, что какой именно смысл был заложен в товарный знак;

- отсутствие словосочетания «ЮБКА ПОД ВАННУ» в наименовании товаров, предлагаемых к продаже лицом, подавшим возражение, обусловлено тем, что правообладателем была предъявлена претензия о нарушении исключительных прав на оспариваемый знак. Правообладатель запрещает использовать в предпринимательской деятельности отдельные слова «юбка», «шторка», считая, что ему принадлежат все наименования, которые могли бы описывать назначение товара, кроме «экран»;

- борьба с использованием слов «юбка», «юбка-шторка» и т.д. правообладателем подтверждает описательный характер слов, из которых состоит оспариваемый знак;

- ссылка на решение по товарному знаку «Рябь на воде» не уместна, так как в этом споре участвовали иные лица, рассматривались иные словесные сочетания;

- заключение лингвиста относимо, поскольку относится к предмету спора.

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

С учетом даты (02.05.2023) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 подпунктом 3 пункта 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;

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.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с пунктом 34 Правил устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

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. Данная норма не конкретизирует понятие “заинтересованное лицо” и не содержит ограничений по видам заинтересованности, в связи с чем заинтересованным может быть признано любое лицо, доказавшее наличие фактического интереса в прекращении правовой охраны зарегистрированного

обозначения (Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации от 26.10.2021 №300-ЭС21-11315 по делу №СИП-932/2019). Согласно возражению, ООО «Индишоп» производит и реализует экраны (шторки), размещаемые под ванной, которые обозначает как «юбка под ванну». Данным лицом были получены претензии от правообладателя о нарушении исключительных прав на оспариваемый товарный знак. Вместе с тем, по мнению лица, подавшего возражение, словосочетание «ЮБКА ПОД ВАННУ» не обладает различительной способностью в результате использования различными лицами, кроме того данное обозначение вошло во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида. Также согласно возражению, оспариваемый знак противоречит положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в силу того, что указывает на характеристики оспариваемых товаров. Проанализировав представленные доводы и материалы, коллегия признает ООО «Индишоп» заинтересованным в подаче возражения по приведенным основаниям.

Оспариваемый товарный знак «ЮБКА ПОД ВАННУ» является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 24 класса МКТУ «белье для домашнего хозяйства; занавеси текстильные или пластмассовые; занавески для ванной; материалы драпировочные для стен текстильные; портьеры, занавесы, плотные шторы; чехлы для мебели; шторы».

Предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 969957 оспаривается лицом, подавшим возражение, по основаниям, предусмотренным пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в связи с тем, что оспариваемый товарный знак вошел во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Признаками, характеризующими обозначение, вошедшее во всеобщее употребление как обозначение товаров/услуг определенного вида, являются:

- использование обозначения в качестве названия (наименования) товара/услуги специалистами соответствующих отраслей производства, работниками торговли, потребителями;

- применение обозначения в качестве названия (наименования) одного и того же товара/услуги или товаров/услуг того же вида, выпускаемых различными производителями;

- применение обозначения длительное время.

Только при наличии всех перечисленных выше признаков обозначение может быть отнесено к категории вошедших во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида.

Обозначение становится видовым названием (наименованием) товара/услуги в том случае, когда оно прочно входит в обиход не только широких кругов потребителей, но и специалистов соответствующих отраслей производства, представителей торговых кругов, причем среди двух последних категорий использование обозначения в качестве названия (наименования) товара не носит узкоспециального или жаргонного характера. В сознании всех перечисленных категорий возникает устойчивая взаимно однозначная связь между товаром/услугой, обладающими определенными признаками, свойствами, качествами, и тем обозначением, которое используется в качестве его названия (наименования). Примерами обозначений, вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида, являются следующие обозначения: термос, вазелин, линолеум, эскимо и т.д.

Одним из признаков перехода обозначения, индивидуализирующего товар, в название (наименование) товара или товаров определенного вида является длительность использования такого обозначения в качестве видового названия (наименования).

Проанализировав представленные доводы и материалы, коллегия не может согласиться с соответствующим доводом возражения по следующим причинам.

Распечатки[3] сайтов не датированы или выходят за дату приоритета оспариваемого знака, в связи с чем не могут подтверждать доводы возражения.

На сайтах[4] не содержится упоминания непосредственно обозначения «ЮБКА ПОД ВАННУ». Единичное упоминание обозначения «юбочка-занавесочка» в статье социальной сети «Вконтакте», а также упоминание слова «юбка» в статье на сайтах

[3] https://mebel169.ru, https://ozon.ru (магазин «YAGO»), https://livemaster.ru (магазин YubkiHome), https:yandex.market.ru, распечатки поисковых запросов в системе Яндекс, распечатка сайта «Wildberries», распечатка (8) , https://t.me/ratnik a/390, скриншоты в запросах (19-20)
[4] https://www.livemaster.ru/topic/1009695-shtorka-pod-vannu-svoimi-rukami, распечатка социальной сети «Вконтакте», https://vksplus.ru/, https://yellowhome.ru/

https://vksplus.ru/ и https://yellowhome.ru/ не является доказательством общеупотребимости оспариваемого знака «ЮБКА ПОД ВАННУ» применительно к товарам 24 класса МКТУ. Кроме того, в статье[5] на сайте «юбкой» декорируют раковину, а не ванну, как указано в возражении.

Что касается распечаток ссылок на «YouTube», то в них указаны следующие названия роликов «Экран для ванны за копейки. Как закрепить?», «Самоделки: шторка под ванну», то есть данные распечатки не содержат в себе оспариваемый знак в том виде, как он зарегистрирован. Кроме того, с возражением не представлены видео, размещенные на «YouTube» по указанным распечаткам, в связи с чем коллегия не может ознакомиться с их содержимым.

Лицо, подавшее возражение, представило скриншот сайта «Avito», на котором содержится упоминание объявления «Юбка под ванну» от 16.02.2021, сам аккаунт «Юбка под ванну» создан в сентябре 2013 года. Вместе с тем распечатки вышеупомянутого объявления не представлено, следовательно, затруднительно установить, к какому именно товару оно относится. Более того, из распечатки следует только 3 продажи, сделанные с упомянутого аккаунта, при этом содержится 2 активных объявления и 55 завершенных, то есть нельзя однозначно установить продажу товаров, обозначенных именно как «юбка под ванну». В представленной распечатке содержится также упоминание об отзывах на товар «юбка под ванну» в количестве 9 штук, которые признаются незначительным объемом в целях доказывания вхождения оспариваемого знака во всеобщее употребление.

Возражение содержит распечатку статьи «Как украсить ванную» на сайте www.domfront.ru. Данная статья также не может быть принята в качестве доказательства соответствующего довода возражения, так как не содержит ни одного упоминания обозначения «юбка под ванну» как цельной конструкции, при этом единичное упоминание слов «шторка-юбка» в статье не является доказательством общеупотребимости обозначения «юбка под ванну» применительно к оспариваемым товарам 24 класса МКТУ.

ООО «Индишоп» ссылается на распечатку сайта https://santehlux.by со статьей «Ванная в стиле Прованс: французские акценты в вашей ванной», в которой,

[5] https://yellowhome.ru/

действительно, содержится упоминание такого элемента декора как «юбка под ванну». Однако, следует заметить, что данная статья размещена на белорусском сайте, следовательно, не ориентирована на российского потребителя. Более того, не ясно, какое количество лиц ознакомилось с данным источником информации.

Обобщая вышеизложенное, коллегия соглашается с правообладателем в том, что с возражением не представлено доказательств, свидетельствующих о длительном и независимом использовании профессиональными субъектами предпринимательской деятельности, а также потребителями, профессионалами рынка товаров 24 класса МКТУ спорного обозначения в период до даты приоритета оспариваемого товарного знака в качестве наименования конкретного вида товара. Отсутствуют фактические доказательства того, что спорное обозначение настолько прочно вошло в обиход, что стало видовым понятием товара, неотделимым от него. Единичные случаи употребления термина «юбка» в отношении товаров 24 класса МКТУ в статьях, носящих информационный характер, не являются доказательствами общеупотребимости.

Согласно возражению, оспариваемый знак утратил различительную способность в результате использования различными лицами. Вместе с тем с возражением не представлено сведений о высоких объемах продаж товаров, соотносящихся с товарами 24 класса МКТУ, о конкретных лицах, которые бы производили товары под маркировкой «Юбка под ванну» в течение длительного периода времени до даты приоритета оспариваемого знака, сведений о географии распространения товаров не представлено. Единственное объявление о продаже товаров на сайте «Avito» имеет существенные недостатки, упомянутые выше, и, кроме того, единственный сайт не способен подтвердить довод об утрате оспариваемым знаком различительной способности. Что касается ссылок на производство товаров лицом, подавшим возражение, Алексеевой Е.Г., Ивановой М.В., Лямшиным И.С., то данные о количестве реализованных товаров, регионах дистрибуции и т.д. не подтверждены.

В возражении содержится и указание на несоответствие произведенной регистрации положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в части указания оспариваемым знаком на характеристики товаров 24 класса МКТУ.

При оценке заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса коллегия приняла во внимание Информационную справку Суда по интеллектуальным правам[6], согласно которой оценка обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса производится исходя из восприятия этого обозначения рядовым, средним потребителем соответствующего товара в Российской Федерации – адресатом товаров, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак или испрашивается регистрация товарного знака.

Одно и то же обозначение способно в глазах потребителей вызывать различные ассоциации и в отношении одних товаров быть признано описательным, в отношении других – ложным, в отношении третьих – фантазийным.

В связи с этим, учитываются имеющиеся или вероятные ассоциативные связи, возникающие у потребителей в связи с каждым товаром, для которого предоставлена или испрашивается правовая охрана спорного обозначения.

При этом, описательные элементы – это обозначения, используемые для указания вида товара, описания характеристик товара и сведений об изготовителе.

Заявленным обозначениям, состоящим только из описательных элементов, не предоставляется правовая охрана, а производителям - исключительное право на их использование, т.к. у любого лица может возникнуть необходимость использовать в хозяйственном обороте обозначения, которые описывают товар. Следует, однако, различать обозначения описательные и обозначения, вызывающие в сознании потребителя представление о производимых товарах через ассоциации. Последним может быть предоставлена правовая охрана. Подтверждением описательности могут быть положительные ответы на следующие вопросы: понятен ли рядовому потребителю смысл элемента без дополнительных рассуждений и домысливания; воспринимается ли рядовым потребителем элемент (не через ассоциации) как прямо описывающий вид, характеристики товара, сведения об изготовителе?

В подтверждение изложенного довода лицо, подавшее возражение, представило многочисленные распечатки из словарей определений слов «юбка» и «ванна».

---

[6] Информационная справка, подготовленная по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации (Утверждена постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.04.2017 № СП-23/10 по результатам обсуждения с участием членов Научно -консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам)

Так, согласно представленным словарно-справочным источникам информации:

юбка – это предмет одежды, покрывающий нижнюю часть тела;

- часть женской одежды;

- женщина как предмет чувственного влечения;

- гибкое (эластичное) ограждение, расположенное под корпусом суда, на воздушной подушке и отделяющее область сжатого воздуха от окружающей атмосферы;

- часть снаряжения каякера в виде непромокаемой ткани, которая натягивается на его пояс и крепится наружным эллипсисом за посадочное место;

- нижней кузовная деталь передней или задней части кузова; юбка переднего бампера иногда выполняет аэродинамические задачи; нижняя часть поршня и др.

ванная – большой продолговатый сосуд для купанья или лечения. Купальня разного рода: обручный или железный, продолговатый большой сосуд, где может улечься человек; плавучая или огороженная купальня в реке, озере, на взморье;

- расплавленная среда в металлургическом агрегате.

Исходя из семантики приведенных словесных элементов следует констатировать отсутствие их прямого описательного характера применительно к оспариваемым товарам 24 класса МКТУ «белье для домашнего хозяйства; занавеси текстильные или пластмассовые; занавески для ванной; материалы драпировочные для стен текстильные; портьеры, занавесы, плотные шторы; чехлы для мебели; шторы». Слово «юбка» в контексте части женской одежды является метафорой применительно к оспариваемым товарам. Прямое назначение юбки как предмета одежды не имеет отношения к текстилю для дома. Это создает фантазийный эстетический образ, требующий догадки (дополнительного мыслительного процесса), чтобы соотнести название с характеристиками товаров. Хотя слова «юбка» и «ванная» сами по себе понятны, их сочетание создает уникальный смысл, не совпадающий с прямым назначением заявленных товаров (шторы, белье, чехлы и т.д.). Что касается отдельных значений слова «юбка», не относящихся к предмету женской одежды, то они также напрямую никак не описывают оспариваемые товары, поскольку не относятся к тканевым экранам под ванну. Переход от «детали поршня» или «юбки судна на

воздушной подушке» к занавеске для ванны требует сложной логической цепочки и воображения. Это признак ассоциативного, а не описательного знака. Возможные представления, связанные с восприятием слова «юбка» оспариваемого знака в качестве нижней части какого-либо изделия или боковых стенок изделия, не подтверждены материалами возражения.

Согласно дополнениям к возражению, смысл сочетания «ЮБКА ПОД ВАННУ» понятен любому владеющему русским языком, осознающим, что слово юбка использовано в переносном значении. Вместе с тем данное утверждение опровергает позицию возражения об описательном характере знака. Восприятие переносного значения слова исключает его прямой описательный характер, поскольку переносные значения базируются на художественном, эстетическом уподоблении разнородных предметов друг другу, что является признаком фантазийности.

Что касается ассоциаций, которые может вызывать оспариваемый знак, исходя из предшествующего опыта потребителей, то необходимо отметить следующее. Как отмечалось выше, с возражением представлено лишь незначительное количество информации, относящейся к периоду до даты приоритета оспариваемого знака, в которых использовано обозначение «ЮБКА ПОД ВАННУ» в контексте заграждения для нижней части ванны. При этом, из представленных источников информации не ясно, какое количество лиц ознакомилось с ними до исследуемой даты (02.05.2023). Безусловное восприятие оспариваемого знака средним российским потребителем в значении тканевых экранов под ванну не доказано. С учетом вышеизложенного, соответствующий довод возражения следует признать неподтвержденным.

Представленное лицом, подавшим возражение, лингвистическое исследование (17) принято коллегией во внимание, однако, оно отражает частное мнение данного лица (доктора филологических наук, профессора), а значение для дела в данном случае имеет мнение рядовых потребителей.

Согласно дополнениям к возражению, действия правообладателя по пресечению использования третьими лицами в гражданском обороте обозначений «юбка», «юбка-шторка» и аналогичных им, подтверждают описательный характер оспариваемого товарного знака «юбка под ванну». Вместе с тем пресечение несанкционированного использования обозначения, тождественного или сходного до степени смешения с

зарегистрированным товарным знаком, является законной формой реализации исключительного права и прямой обязанностью добросовестного правообладателя по контролю за чистотой рынка и недопущению смешения товаров различных производителей в глазах потребителя. Действия правообладателя по направлению претензий и инициированию судебных разбирательств свидетельствуют об активной защите своего нематериального актива от размывания, а не о признании его описательности.

Резюмируя представленную выше информацию, коллегия пришла к следующим выводам. Материалами возражения не доказана утрата оспариваемым знаком различительной способности в результате использования различными лицами, а также вхождение оспариваемого знака во всеобщее употребление. Знак «ЮБКА ПОД ВАННУ» в силу своей семантики напрямую не указывает на характеристики оспариваемых товаров 24 класса МКТУ. Таким образом, оснований для удовлетворения возражения не имеется.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 01.10.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №969957.