

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 14.08.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «МАГИК», Московская обл., г. Красногорск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024734773 от 29.04.2025 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Комбинированное обозначение «» по заявке №2024734773, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 31.03.2024, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 03, 05, 16, 21 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 29.04.2025 о государственной регистрации товарного

знака в отношении всех заявленных товаров 16 класса МКТУ и части товаров 05, 21 классов МКТУ, в отношении иной части заявленных товаров 05, 21 классов МКТУ и всех товаров 03 класса МКТУ выявлено несоответствие заявленного обозначения требованиям пункта 1, пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается тем, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с серией товарных знаков «АХЕ», «АКС» (свидетельства №997642 с приоритетом от 25.07.2023; №841212 с приоритетом от 14.04.2021; №836153 с приоритетом от 18.02.2021; №833847 с приоритетом от 19.01.2021; №778170 с приоритетом от 28.06.2020; №778664 с приоритетом от 28.06.2020; №675160 с приоритетом от 12.12.2017; №600995 с приоритетом от 17.12.2015; №505159 с приоритетом от 15.10.2012; №425989 с приоритетом от 09.03.2010; №435588 с приоритетом от 09.03.2010; №445257 с приоритетом от 02.03.2010; №399333 с приоритетом от 12.01.2009; №403561 с приоритетом от 19.06.2008; №379285 с приоритетом от 15.04.2008; №408710 с приоритетом от 13.03.2008; №378790 с приоритетом от 06.03.2008; №367441 с приоритетом от 28.11.2007; №365098 с приоритетом от 22.08.2007; №357182 с приоритетом от 28.06.2007; №833847 с приоритетом от 19.01.2021; международная регистрация №1312369/А, приоритет от 08.08.2016; международная регистрация №1282549/А, приоритет от 01.12.2015; международная регистрация №1282330/А, приоритет от 01.12.2015; международная регистрация №1282327/А, приоритет от 04.12.2015; международная регистрация №1269539/А, приоритет от 18.09.2015; международная регистрация №1203594/А, приоритет от 19.02.2014; международная регистрация №1148190/А, приоритет от 18.12.2012; международная регистрация №921839/А, приоритет от 29.01.2007; международная регистрация №884910/С, приоритет от 31.03.2006; международная регистрация №862945/С, конвенционный приоритет от 16.03.2005; международная регистрация №753574/С, приоритет от 15.09.2000; международная регистрация №488334/В, конвенционный приоритет от 12.04.1984) зарегистрированных на «Юнилевер Глобал АйПи Лимитед», Порт Санлайт,

Виррал, Мерсисайд, SN62 4ZD, Великобритания, в отношении однородных товаров 03, 05 и 21 и 28 классов МКТУ.

Элемент «®» не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой общепринятый символ правовой охраны товарного знака, в связи с чем, является неохранным элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, 12.07.2024 в материалы дела было направлено обращение от компании «Юнилевер Глобал АйПи Лимитед» и ООО «Юнилевер Русь» против регистрации заявленного обозначения «ЕХХЕ» по заявке №2024734773 в качестве товарного знака.

В поступившем возражении от 14.08.2025, а также в дополнении к возражению от 17.09.2025 заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение «ЕХХЕ» и противопоставленные товарные знаки «АХЕ» имеют достаточные различия, позволяющие потребителям отличать товары заявителя от товаров правообладателя товарных знаков «АХЕ»,

- звуковое сходство рассматриваемых обозначений может быть поставлено под сомнение, а сами рассматриваемые обозначения имеют существенные различия по фонетическому критерию,

- рассматриваемые обозначения выполнены буквами латинского алфавита, наличие в начале обозначений графически несходных частей, позволяет утверждать, что рассматриваемые обозначения производят достаточно разное общее зрительное впечатление, тогда как именно этот критерий является основополагающим при оценке графического сходства обозначений,

- семантическое сходство рассматриваемых обозначений отсутствует, поскольку заявленное обозначение «ЕХХЕ» не имеет перевода или словарного значения в каком-либо распространенном языке,

- наличие достаточных отличий подтверждается решениями экспертизы, принятыми в отношении заявок [1] №2024734774 (свидетельство №1141407) «**EXXE**» (синий), [2] №2024734775 (свидетельство №1141405) «» (синий, белый), [3] №2024734776 (свидетельство №1134805) «» (синий, бирюзовый), [4] №2024734777 (свидетельство №1141405) «» (синий, фиолетовый), [5] №2024734778 (свидетельство №1141408) «» (синий, зеленый), [6] №2024734779 (свидетельство №1141401) «» (синий, бежевый), поданных заявителем одновременно с заявкой на регистрацию заявленного обозначения,

- в отношении обращения компании «Юнилевер Глобал АйПи Лимитед» и ООО «Юнилевер Русь» следует отметить, что компания «Юнилевер» действиями против заявленного обозначения «EXXE» фактически пытается монополизировать написание словесных элементов на черном фоне цветом, контрастным по отношению к такому черному фону,

- использование надписей светлых тонов на черном фоне является определенным стандартом для оформления продукции, предназначенной для мужской части потребителей, при этом компания «Юнилевер» не обладает какими-либо правами на интеллектуальную собственность и/или средства индивидуализации, которые бы защищали цветовое решение товаров и их упаковки,

- в обращении приводятся дизайны продукции компании «Юнилевер», датированные 2020 годом, в которых словесный элемент «AXE» размещен горизонтально, при этом ООО «АРВИТЕКС» использует дизайны упаковок товаров, в которых используется горизонтальное написание словесного элемента «EXXE» светлым на темном фоне с 2019 года,

- между ООО «АРВИТЕКС» и ООО «Арнест ЮниРусь», являющимся производителем товаров с обозначением «AXE», были проведены переговоры, относительно дистанцирования продукции бренда «EXXE» от продукции

бренда «АКС». Сторонами были согласованы дизайны продукции с брендом «ЕХХЕ», которые допускают использование словесного элемента «ЕХХЕ» в горизонтальном написании контрастным по отношению к фону цветом,

- заявитель является правообладателем следующих товарных знаков:



[7] «ЕХХЕ» по свидетельству №442509, [8] «» по свидетельству №670849, зарегистрированные в отношении товаров 03 класса МКТУ, [9] «ЕХХЕ» по свидетельству №731591, зарегистрированный в отношении товаров 21 класса МКТУ, [10] «ЕХХЕ» по свидетельству №943331, зарегистрированный в отношении товаров 03, 05, 16 классов МКТУ,

- заявленное обозначение «ЕХХЕ» является развитием ранее зарегистрированных товарных знаков заявителя,

- заявитель является аффилированным лицом с ООО «АРВИТЕКС» - компанией в сфере производства, реализации и продвижения товаров повседневного спроса, указанная группа компаний использует обозначение «ЕХХЕ» в отношении гигиенических и парфюмерно-косметических товаров с 2009 года и обозначение «ЕХХЕ» приобрело за это время известность среди российских потребителей, в сентябре 2023 года группа компаний запустила собственное производство косметики и бытовой химии,

- контрастное написание словесного элемента «ЕХХЕ» по отношению к фону охраняется в составе патентов на промышленные образцы: №112250 на «РИСУНОК ДЛЯ УПАКОВКИ (4 варианта)», поданный на регистрацию 10.10.2017 и №117776 на «РИСУНОК ДЛЯ УПАКОВКИ (3 ВАРИАНТА)», поданный на регистрацию 12.02.2019.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров 03, 05, 16, 21 классов МКТУ с исключением из правовой охраны элемента «®».

В подтверждение изложенных доводов заявителем представлены следующие копии документов:

1. Копия решения Федеральной службы о регистрации товарного знака по заявке №2024734773 от 29.04.2025,
2. Письмо ООО «АРВИТЕКС» от 19.08.2025,
3. Копия Протокола результатов переговоров по вопросу дистанцирования продукции бренда «ЕХХЕ» от продукции бренда «АХЕ» от 19.08.2025.

На заседании коллегии, состоявшемся 23.12.2025, заявителем в материалы дела было представлено:

4. Решение антимонопольной службы по делу №08/01/14.6-97/2023.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (31.03.2024) поступления заявки №2024734773 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 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 «» является комбинированным, включает словесный элемент «EXXE», выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита на черном фоне. Правовая охрана в рамках поданного возражения испрашивается в отношении заявленных товаров 03 класса МКТУ и части товаров 05, 21 классов МКТУ, в отношении которых в соответствии с решением Роспатента было отказано в регистрации.

Относительно указания элемента «®», представляющего собой общепринятый символ, в качестве неохраняемого элемента обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 заявитель не спорит.

Противопоставленные знаки представляют собой серию словесных и комбинированного знаков и [1] «AXE JUNGLE FRESH» по свидетельству №997642, [2] «THE NEW AXE EFFECT» по свидетельству №841212, [3] «AXE» по свидетельству

836153, [4] «**AXE NATURE FRESH**» по свидетельству №833847, [5] «**AXE PHOENIX**» по свидетельству №778170, [6] «**AXE AFRICA**» по свидетельству №778664, [7] «**AXE GOLD**» по свидетельству №675160, [8] «**AXE UNPLUGGED**» по свидетельству №600995, [9] «**AXE APOLLO**» по свидетельству №505159, [10] «**АКС ЭФФЕКТ**» по свидетельству №425989, [11] «**АКС**» по свидетельству №435588, [12] «**AXE EXCITE**» по свидетельству №445257, [13] «**AXE RISE UP**» по свидетельству №399333, [14] «**AXE INSTINCT**» по свидетельству №403561, [15] «**АХЕ ТЕМНОЕ ИСКУШЕНИЕ**» по свидетельству №379285, [16] «**АКС**» по свидетельству №408710, [17] «**AXE ANTI-HANGOVER**» по свидетельству №378790, [18] «**AXE DETAILER**» по свидетельству №367441, [19]



» по свидетельству №365098, [20] «**THE AXE EFFECT**» по свидетельству №357182, [21] «**AXE NATURE FRESH**» по свидетельству №833847, [22] «**AXE QUIET**» по международной регистрации №1312369А, [23] по международной регистрации №1282549А, [24] «**AXE SIGNATURE**» по международной регистрации №1282330А, [25] «**AXE ADRENALINE**» по международной регистрации №1282327А, [26] «**AXE YOU**» по международной регистрации №1269539А, [27] «**AXE BLACK**» по международной регистрации №1203594А, [28] «**AXE PEACE**» по международной регистрации №1148190А, [29] «**AXE BULLET**» по международной регистрации №921839А, [30] «**AXE VICE**» по международной регистрации №884910С, [31] «**AXE CLICK**» по международной регистрации №862945С, [32] «**АХЕ**» по международной регистрации №753574С, [33] «**АХЕ**» по международной регистрации №488334В, выполненных буквами латинского и кириллического алфавитов, правовая охрана предоставлена в отношении товаров 03, 05, 21, 28 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-33] показал следующее.

Противопоставленная серия товарных знаков [1-33], включает группу товарных знаков, объединенных единым словесным элементом «АХЕ», выполненного в латинице, другая часть товарных знаков [10, 11, 16] указанной серии включает словесный элемент «АКС», по сути, представляющий собой транслитерацию элемента «АХЕ» в кириллице. Заявленное обозначение включает единственный индивидуализирующий словесный элемент - «ЕХХЕ».

Следует отметить, что словесный элемент «ЕХХЕ» заявленного обозначения не имеет перевода в каком-либо словаре, ввиду чего семантический критерий сходства в данном случае не может быть применен.

В этой связи сходство сравниваемых обозначений оценивается на основании применения фонетического и графического критерия.

При анализе фонетического сходства элемента «ЕХХЕ» заявленного обозначения и элементов «АХЕ» (АКС) противопоставленных товарных знаков [1-33] присутствует некая степень сходства, ввиду наличия совпадающих звуков «ХХ» (где задвоенная «Х» может редуцироваться) и «Х» в середине слов, а также конечной согласной «Е». Несмотря на наличие отличного начального гласного звука «Е» и «А» нельзя сделать вывод о полном несходстве знаков, поскольку в сопоставляемых обозначениях содержатся тождественные звуки «ХХЕ» и «ХЕ».

Стоит отметить, что усиливающим фактором в оценке сравниваемых обозначений, в том числе при их звучании/прочтении (как правило, любое обозначение в первую очередь зрительно воспринимается, а только затем прочитывается), является визуальное восприятие индивидуализирующих элементов.

Так, заявленное обозначение и противопоставленные товарные знаки [1-9, 12 - 15, 17-33] выполнены шрифтом латинского алфавита, кроме того, словесные элементы заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [3, 32, 33] имеют практически одну протяженность (4 и 3 буквы), одинаковое расположение совпадающих звуков (центральная и

конечная буквы), ввиду чего можно говорить о наличии сходства по графическому критерию.

Особенное внимание коллегия обращает на наличие



противопоставленного товарного знака [19] «», выполненного на черном фоне, который также совпадает с фоном заявленного обозначения «», и наличия визуальной близкой цветовой гаммы в шрифтовом исполнении словесных элементов «EXXE» (бронзовый) и «AXE» (бежевый).

В данном случае графический критерий сходства имеет определяющее значение в оценке сходства знаков.

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.

В поступившем возражении вывод об однородности товаров и услуг в отношении противопоставленных товарных знаков [1-33] заявителем не оспаривался.

Вместе с тем анализ товаров 03, 05, 21 классов МКТУ, представленных в перечнях сравниваемых обозначений, показал следующее.

При определении вероятности смешения сравниваемых обозначений коллегия надлежит руководствоваться требованиями пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ №10 от 23.04.2019 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее Постановление Пленума ВС РФ), согласно которому вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Испрашиваемые товары 03 класса МКТУ и товары 03 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2, 4 - 15, 17, 19 - 31, 33] относятся к одной родовой группе товаров (парфюмерно-косметическая и гигиеническая продукция, препараты для чистки, стирки), в этой связи товары 03 класса МКТУ заявленного обозначения и товары 03 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1, 2, 4 - 15, 17, 19 - 31, 33] признаны однородными, поскольку либо полностью совпадают, то есть являются идентичными, либо тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, а также каналы реализации.

Часть испрашиваемых товаров 05 класса МКТУ, а именно: *«дезодоранты для наполнителей лотков; дезодоранты для одежды и текстильных изделий; дезодоранты для освежения воздуха; дезодоранты, за исключением предназначенных для человека или животных; дезодораторы ароматические для туалетов; подгузники детские; подгузники для домашних животных; подгузники для плавания многоразовые детские; подгузники для плавания одноразовые детские; подгузники для страдающих недержанием; подстилки впитывающие одноразовые для клеток для домашних животных; подстилки для смены детских подгузников одноразовые; подстилки одноразовые для приучения домашних животных к туалету; подушечки, используемые при кормлении грудью; препараты для очистки воздуха; прокладки гигиенические; прокладки ежедневные [гигиенические]; салфетки, пропитанные дезинфицирующими средствами для гигиенических целей; средства дезинфицирующие для гигиенических целей; тампоны гигиенические для женщин; трусы гигиенические для страдающих недержанием; трусы менструальные; трусы-подгузники детские»*, признана однородной товарам 05 класса МКТУ, в частности, *«кислород для медицинских целей; препараты для освежения воздуха; препараты для очистки воздуха; освежители воздуха для помещений и автомобилей; препараты для нейтрализации запахов; средства гигиены, дезодоранты, не предназначенные для личного пользования»* противопоставленных товарных знаков [3, 16, 33], поскольку

сравниваемые товары 05 класса МКТУ соотносятся друг с другом по родовому/видовому признаку, имеют сходное назначение и круг потребителей.

Часть испрашиваемых товаров 21 класса МКТУ, а именно: *«головки для электрических зубных щеток; гребни для волос; гребни для животных; губки абразивные для кожи; губки для ванны; губки для макияжа; губки для хозяйственных целей; губки чистящие; держатели для губок; держатели для зубочисток; держатели для мыла; держатели кисточек для бритья; зубочистки; кисточки для бритья; кисточки для макияжа; мыльницы; несессеры для туалетных принадлежностей; пипетки для косметических целей; предметы домашней утвари для косметики; приборы дезодорирующие индивидуальные; приборы для снятия макияжа; пудреницы пустые; пульверизаторы для духов; пуховки для пудры; разделители для пальцев ног для педикюра; разделители для ресниц; расчески; расчески электрические; тряпки для мытья полов; тряпки для полировки; тряпки для уборки; тряпки для удаления пыли; тряпки для удаления пыли с мебели; устройства для орошения ротовой полости; флаконы с дозатором для мыла; шпатели косметические; штампы косметические пустые; щетина животных [щетки и кисти]; щетина свиная для изготовления щеток; щетки; щетки для волос со звуковой вибрацией; щетки для мытья посуды; щетки для натирания лыж; щетки для очищения лица, электрические и неэлектрические; щетки для чистки емкостей; щетки для чистки ламповых стекол; щетки для чистки лошадей; щетки жесткие; щетки зубные; щетки зубные электрические; щетки кухонные; щетки механические для ковров; щетки обувные; щетки туалетные; щетки электрические, за исключением деталей машин; щеточки для бровей; щеточки для ногтей; щеточки для ресниц»*, признана однородной товарам 21 класса МКТУ, в частности, *«приспособления в виде губок, валиков и тряпок для мытья, чистки и уборки; зубные щетки и держатели зубных щеток; коробки для мыла; мыльницы; дозаторы мыла; мыльницы; встроенные туалетные принадлежности; зубочистки и держатели для зубочисток, не из*

драгоценных металлов; губки (не для хирургического использования); расчески; щетки (кроме кисточек); туалетные принадлежности», противопоставленных товарных знаков [18, 32], поскольку указанные товары 21 класса МКТУ либо полностью совпадают, то есть являются идентичными, либо тесно связаны друг с другом, имеют одно назначение и круг потребителей, соотносятся как род/вид.

Учитывая установленное сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-33], а также в части идентичность, а в другой части высокую степень однородности испрашиваемых товаров 03, 05 (части), 21 (части) классов МКТУ соответствующим товарам противопоставленных товарных знаков [1-33] их следует признать сходными до степени смешения.

Коллегия также обращает внимание на то, что согласно пункту 162 Постановления Пленума ВС РФ №10 при определении вероятности смешения товарного знака и спорного обозначения необходимо оценивать и иные обстоятельства, в том числе: используется ли товарный знак правообладателем в отношении конкретных товаров; длительность и объем использования товарного знака правообладателем; степень известности, узнаваемости товарного знака; степень внимательности потребителей (зависящая в том числе от категории товаров и их цены); наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

Противопоставленная серия товарных знаков [1-33] принадлежит компании «Юнилевер Глобал АйПи Лимитед», Великобритания, имеющей давнюю репутацию и длительность присутствия на рынке Российской Федерации.

Следует отметить, что при оценке сходства заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-33] коллегией также было принято во внимание наличие в материалах дела обращения от 12.07.2024, поступившего от компании «Юнилевер Глобал АйПи Лимитед» и ООО

«Юнилевер Русь», где, в частности, указывается на наличие сходства заявленного обозначения с противопоставленным товарным знаком [19]



». Кроме того, отмечено, что группа компаний «Юнилевер» (основана в 1983 году) является одним из мировых лидеров, в том числе, на рынке бытовой химии. Бренд «АХЕ» используется для маркировки парфюмерно-косметических товаров. Компания с 1983 года производит и вводит в гражданский оборот мужские дезодоранты. До 2008 года товары под брендом «АХЕ» импортировались в Российскую Федерацию, затем производство стало осуществляться на территории Российской Федерации. Бренд «АХЕ» имеет длительную историю существования и известен среди потребителей всего мира, в том числе и в России, в категории таких товаров как гели для душа, шампуни и дезодоранты.

Представленные с обращением результаты социологического исследования, проведенного ООО «АРМИ-Маркетинг Бизнес» с февраля по декабрь 2023 среди 2000 тысяч мужчин – потребителей дезодорантов, а также отчет ВЦИОМ от 23.06.2023, подтверждают, в том числе, известность бренда «АХЕ» на территории России.

В обращении, в частности, сообщается, что компания «Юнилевер» впервые использовала черные бутылки с контрастным светлым логотипом в отношении мужских гелей и дезодорантов среди других производителей. Белая надпись на черном фоне является отличительной чертой бренда «АХЕ», ввиду чего заявленное обозначение выполнено в графике, максимально приближенной к дизайну упаковок продукции «АХЕ».

Кроме того, в материалах дела имеется решение антимонопольной службы по делу №08/01/14.6-97/2023 (Приложение 4), где, в частности, комиссией ФАС России было установлено наличие действий ООО «Арвитекс» на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, которая выразилась в производстве и реализации продукции «ЕХХЕ» в упаковках (в цветовой гамме, с графическими элементами),

сходных с ранее введенными в оборот и ставшими известными упаковками продукции «АХЕ», результатом чего может явиться ошибочный выбор потребителем товара ООО «Арвитекс» как новой линейки уже известной ему продукции.

При этом, как отмечает заявитель, ООО «МАГИК» является аффилированным с ООО «Арвитекс» юридическим лицом и продолжает деятельность, связанную с продукцией, маркированной обозначением «ЕХХЕ» (Приложение 2).

Таким образом, наличие серии товарных знаков (то есть группы вариантов товарных знаков, объединенных единым словесным элементом «АХЕ» / «АКС»), принадлежащих одному лицу, а также длительность использования обозначения «АХЕ» / АКС» компании «Юнилевер Глобал АйПи Лимитед», известность обозначения на территории Российской Федерации может вызвать у потребителя представление о принадлежности заявленного обозначения правообладателю противопоставленных товарных знаков, как продолжение данной серии обозначений, выполненных на характерном черном фоне.

Данные факты являются обстоятельствами, усиливающими вероятность смешения сопоставляемых обозначений.

Установив сходство сопоставляемых обозначений, а также однородность сопоставляемых товаров 03, 05, 21 классов МКТУ, а также принимая во внимание дополнительные обстоятельства, усиливающие вероятность смешения обозначений, коллегия пришла к выводу об их сходстве до степени смешения.

Таким образом, проведенный анализ показал, что заявленное обозначение сходно до степени смешения с противопоставленными товарными знаками [1-33] в отношении однородных товаров 03, 05, 21 классов МКТУ, и, следовательно, вывод Роспатента о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса следует признать правомерным.

Следует отметить, что представленная в материалы дела копия Протокола результатов переговоров между ООО «Арнест ЮниРусь» и ООО «Арвитекс» по вопросу дистанцирования продукции бренда «ЕХХЕ» от продукции бренда «АХЕ» от 19.08.2025 (Приложение 3), в соответствии с которым были согласованы дизайны продукции с брендом «ЕХХЕ», которые допускают использование словесного элемента «ЕХХЕ» в горизонтальном написании контрастным по отношению к фону цветом, не снимает основания отказа в соответствии с требованиями пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Регистрация в качестве товарного знака для однородных товаров обозначения, сходного с каким-либо из товарных знаков, указанных в пункте 6 статьи 1483 ГК РФ, допускается только с согласия правообладателя.

Вместе с тем письмо-согласие от правообладателя противопоставленных товарных знаков [1-33] в материалы дела представлено не было.

Относительно приведенных в возражении примеров регистраций [1-10], которые, с точки зрения заявителя, могут косвенно свидетельствовать о возможности регистрации заявленного обозначения, коллегия отмечает, что данные регистрации касаются иных обозначений, делопроизводство по которым велось самостоятельным независимым порядком.

Следует отметить, что приведенные регистрации [1-6] на имя заявителя были заявлены в несколько ином графическом исполнении, в частности, отмечается шрифт синего / белого цвета, а также различные цветовые исполнения фона (розовый, бежевый, фиолетовый, бирюзовый и т.д.), таким образом, обстоятельства регистрации заявленного обозначения и товарных знаков [1-6] не являются идентичными.

Кроме того, согласно Постановлению Суда по интеллектуальным правам от 16.09.2023 (дело СИП - 1168/2023) наличие у заявителя ранее зарегистрированных товарных знаков само по себе не является обстоятельством, нарушающим принцип правовой определенности применительно к проверке рассматриваемого основания отказа в

государственной регистрации товарного знака в соответствии с требованиями подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Поступившее 20.02.2026 в Роспатент обращение от заявителя не содержит новых доводов, повторяет позицию заявителя, изложенную в поступившем возражении от 14.08.2025, а также в дополнении к возражению от 17.09.2025, поэтому не требует дополнительного анализа, так как оценка всем перечисленным доводам уже дана в настоящем заключении выше.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 14.08.2025, оставить в силе решение Роспатента от 29.04.2025.