


**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 10.02.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ВСК», город Димитровград (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021736777, при этом установила следующее.



Обозначение «» по заявке №2021736777 подано 11.06.2021 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ.

Роспатентом 25.10.2022 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2021736777 в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ с указанием словесного элемента «Мягкий солод» в качестве неохраняемого.

Входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «МЯГКИЙ СОЛОД» («МЯГКИЙ» - Приятный для восприятия органами чувств; не раздражающий, не резкий, «СОЛОД» - богатый ферментами продукт, получаемый из ростков чуть-чуть пророщенного зерна, чаще всего - ячменя и ржи. Солод - неперенный компонент при производстве пива и квасов, см. Интернет: [www.gramota.ru/slovari/dic/?word=мягкий&all=x&lop=x&bts=x&ro=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x](http://www.gramota.ru/slovari/dic/?word=мягкий&all=x&lop=x&bts=x&ro=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x), <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/112214#>, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/865582>, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1034802>, [https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic\\_culinary/2013/солод](https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_culinary/2013/солод), <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/276862>) являются неохранными для части заявленных товаров 32 класса МКТУ (кроме: сусло виноградное неферментированное) и для всех заявленных товаров 33 класса МКТУ на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, так как указывают на состав, свойства заявленных товаров.

Для остальной части заявленных товаров 32 класса МКТУ, обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса, так как способно вводить потребителей в заблуждение относительно состава, свойств заявленных товаров.

Таким образом, заявленное обозначение зарегистрировано в качестве товарного знака для части заявленных товаров 32 класса МКТУ и для всех заявленных товаров 33 класса МКТУ с включением словесных элементов «МЯГКИЙ СОЛОД» в качестве неохраняемых на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности 10.02.2023 поступило возражение, а также дополнения к нему от 17.03.2023, от 18.04.2023, в которых заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 25.10.2022.

Заявитель считает, что слова «мягкий солод» образуют словосочетание, так как согласуются друг с другом грамматически, объединены как композиционно, так

и визуально, в результате чего «мягкий солод» представляет собой словосочетание, образованное в соответствии с правилами русского языка.

В Межгосударственном стандарте ГОСТ 29294-2014 «СОЛОД ПИВОВАРЕННЫЙ» указание на «мягкий солод» как вид либо характеристики солода отсутствует.

В результате проведенного контент-анализа научных, профессиональных и массовых источников информации нет ни одного примера описательного использования словосочетания «Мягкий солод» (далее обозначение).

Заявитель также обращает внимание на то, что в словарном значении слово «мягкий» характеризует объект с точки зрения его твердости. При этом не существует никаких данных о том, каким образом мягкость зерен солода проявляется в свойствах товаров, указанных в перечне заявки. Таким образом, по мнению заявителя, слова «мягкий солод» не являются указанием на вид товара или его свойства.

Заявитель сообщает также, что по его заказу было проведено социологическое исследование и согласно полученным результатам тестируемое обозначение принадлежит одной компании; по тестируемому обозначению большинство потребителей могут определить компанию-производителя; могут отличать продукцию по тестируемому обозначению; воспринимают тестируемое обозначение как фантазийное. Указанные результаты относятся как к периоду до даты подачи заявки, так и после даты подачи.

По мнению заявителя, выводы об описательности словесных элементов «мягкий солод» противоречат методологическим подходам Роспатента, а также судебной практике, суммированной в постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-1194/2022 от 18.08.2022.

На основании изложенного в возражении содержится просьба об изменении решения Роспатента и регистрации обозначения по заявке №2021736777 в качестве товарного знака в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ, перечисленных в перечне заявки с включением в объем правовой охраны слов «Мягкий солод».

В подтверждение изложенных сведений заявителем представлены следующие документы:

1. Заключение №122-2022 от 12.12.2022;
2. Заключение №132-2022 от 26.12.2022;
3. Соглашение между ООО «ВСК» и ООО «Завод Трехсосенский» о производстве продукции от 09.02.2021;
4. Соглашение между ООО «ВСК» и ООО «Трехсосенский» о производстве продукции от 08.12.2022;
5. «Технология солода и пива» Вольфгана Кунце, Санкт-Петербург, 2001г., Издательство «Профессия»;
6. Учебное пособие Кемеровского Технологического института пищевой промышленности «Технология отрасли Технология Солода» под редакцией Т.Ф. Киселевой, Кемерово 2005г.
7. Учебно-методическое пособие Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики «Технология солода» под редакцией П.Е. Баланова, И.В. Смотряева, 2014 года
8. Учебно-методическое пособие Бийского технологического института (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова» «Технология солода» под редакцией Е.Д. Рожнова, 2016 года;
9. Учебное пособие «ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА СОЛОДА, ПИВА И СПИРТА» под редакцией Р. И. Белкиной, В. М. Губановой, М. В. Губанова, издательство «Лань», 2021 год;
10. Оценка восприятия названия “Мягкий солод” – заключение по результатам опроса, проведенного в июне-июле 2022 года;
11. Выписка ЕГРЮЛ по ООО «Завод Трехсосенский».

На заседании, состоявшемся 20.07.2023, коллегией были выдвинуты следующие дополнительные обстоятельства «словесный элемент «мягкий» заявленного обозначения используется многими производителями в качестве

характеристики вкуса товара «пиво» ввиду чего не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, так как не обладает различительной способностью».

Кроме того, в протоколе указано, что словесный элемент «солод» заявленного обозначения неверно ориентирует потребителей относительно состава и свойств товаров 32, 33 классов МКТУ, не относящихся к квасу или пиву, то есть заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

В подтверждение выдвинутых оснований по пункту 1 статьи 1483 Кодекса коллегией приведены материалы об использовании разными производителями словесного элемента «мягкий» в отношении товара «пиво»: «Балтика 7 Мягкое», «Пражское мягкое», «Рязанское мягкое», «Крюгер мягкое», «Шымкентское мягкое свежее 4, 4%», «Жигулевское мягкое».

Ознакомившись с материалами коллегии, заявитель 15.08.2023 направил дополнительные пояснения, в которых указал следующее.

Слово «мягкое» в представленных материалах используется как непосредственно относящееся к пиву и характеризующее свойства пива. В указанных случаях слово «мягкое» неразрывно связано с товаром и ассоциативно воспринимается как словосочетание «мягкое пиво», поскольку грамматически с ним связано по числу и роду.

При этом слова «мягкий солод» и «мягкое пиво» имеют различные значения и произношения. Различительная способность словосочетания «мягкий солод» обеспечивается отсутствием товара, который описывался бы данным словосочетанием, отсутствием использования слов «мягкий солод» различными производителями. Также заявитель указывает на необходимость домысливания при формулировании описательных характеристик слов «мягкий солод».

Заявитель обращает внимание, что оспариваемое решение незаконно оценивает различительную способность каждого слова в отдельности, так как «мягкий солод» является словосочетанием по-отдельности описательные элементы приобретают в нем иное значение и восприятие.

Заявитель просит ограничить перечень товаров 32 класса МКТУ до следующих позиций «вино ячменное [пиво]; коктейли безалкогольные; коктейли на

основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусло пивное; сусло солодовое», а 33 класса МКТУ – до «напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива».

Заявитель просит изменить решение Роспатента и зарегистрировать обозначение по заявке №2021736777 в отношении скорректированного перечня товаров 32, 33 классов МКТУ с включением в объем правовой охраны словесных элементов «Мягкий солод».

Изучив материалы дела и заслушав представителей заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (11.06.2021) поступления заявки №2021736777 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака 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.

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.

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.

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 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы:


- 1) являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя;
- 2) противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя 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.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака комбинированное



обозначение “” №2021736777 состоит из словесных элементов «Мягкий солод», выполненных буквами русского алфавита, а также из стилизованного изображения зерна и жидкости. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ в части оспаривания вывода об исключении из объема правовой охраны слова «Мягкий солод».

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Применяя положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса Роспатент руководствовался словарным значением слов, входящих в заявленное обозначение, установив, что солод является необходимым ингредиентом пивных напитков, а слово «мягкий» указывает на свойства вкуса (приятный органам чувств).

Как было изложено выше заявитель в рамках поступившего возражения не согласился с описательностью словесных элементов «мягкий солод».

Для определения являются ли словесные элементы «мягкий солод» описательными, способны ли они указывать на вид товара или на его свойства коллегия обратилась к справочной литературе, представленной с материалами возражения.

Согласно источнику [5] «для приготовления пива требуется четыре вида сырья: ячмень, хмель, вода и дрожжи» (стр.37), «Различают несколько групп ячменя и большое количество его сортов, которые по-разному влияют на приготовление солода и пива».

Также в источнике [5] приводится информация о способах изготовления солода, при этом отмечается, что наиболее распространенным сырьем для солодовни является ячмень. В дальнейшем в указанном источнике приводится классификация ячменя по группам – озимые (высеваемые в середине сентября) и яровые (высеваемые в марте-апреле). Эти две группы разделяются на сорта, которые определяются по расположению зерен на оси колоса в два или несколько рядов (четырёхрядные, двухрядные, шестирядные). По оценке качества ячменя зерно



оценивают на состояние влажности, цвета и блеска, на красное зерно (пораженные зерна), на качество оболочки (тонкое, морщинистое, отсекая растрескавшиеся, проросшие зерна), степень загрязнения, форма и величина зерна.

«Цель солодоращения состоит в том, чтобы накопить в ячменном зерне ферменты и обеспечить с их помощью определенные биохимические изменения веществ зерна. Для этого ячмень проращивают и в необходимый момент прерывают этот процесс. Полученный солод выглядит почти так же, как и ячмень, из которого он получен. Для решения указанных задач поставленный на солодовенный завод ячмень очищают, сортируют и до момента переработки складывают в большие силосы. При замачивании ячмень поглощает необходимую для прорастания воду и затем проращивается в больших ящиках. В заключение прорастание прерывают сушкой при высокой температуре. Готовый солод хранится в силосах до его продажи (страница 106 источника [5])».

На страницах 177-192 источника [5] приведена информация о технологиях производства темного солода мюнхенского типа, темного солода венского типа, светлого солода, карамельного солода, томленного солода, жженого солода, кислого солода, солода короткого ращения, пшеничного солода, солода из несолодовых пород зерна.

На страницах 100-102 источника [6] приводится информация о качестве готового солода, который определяется «по внешнему виду (зерновая масса, не содержащая плесневелых зерен и зерновых вредителей), по цвету (от светло-желтого до желтого, не допускаются тона зеленоватые и темные, обусловленные плесенью), по запаху (хлебный аромат), по вкусу (сладковатый), оболочка должна быть блестящей, размеры – такие же, как у ячменя (меньший объем говорит о неправильном процессе сушки), мучнистости, стекловидности, влажности, а также на содержание мальтозы, аминного азота, сахарозы и других веществ».

На странице 3 источника [7] говорится «в пивоваренном производстве солод является не только осахаривающим средством, но и основным полуфабрикатом для приготовления пива. Аромат, вкус, цвет, стойкость и качество пены пива в значительной степени зависят от свойств перерабатываемого солода».

Анализ источников [5-9] в совокупности показал, что в специализированной литературе по технологии солодоращения отсутствует такой сорт солода как «мягкий», принимая во внимание наличие множества иных сортов солода. Кроме того отсутствует такая характеристика солода как «мягкий», при приведенных иных характеристиках, на которые проверяется солод при контроле качества этой продукции к использованию в производстве.

Таким образом, коллегия соглашается с доводом заявителя о том, что словесные элементы «мягкий солод» не образуют устойчивого словосочетания, с устоявшимся словарным значением, поэтому слова «мягкий солод» в совокупности не означают какой-либо сорт или вид солода.

Вместе с тем коллегия не может согласиться с доводом заявителя о том, что в отсутствии принятого в специализированной литературе значения словосочетания «мягкий солод», данное словосочетание воспринимается отличным образом, нежели значение входящих в него словесных элементов.

С точки зрения семантики для установления значения словосочетания, не являющегося устойчивым, коллегии надлежит исследовать каждый словесный элемент в отдельности. Именно в этой связи являются верными доводы оспариваемого решения о том, что каждое из слов, образующих согласованное в роде, числе и падеже словосочетание «мягкий солод», является описательным ввиду того, что слово «солод» указывает на состав товаров, связанных с пивом, а слово «мягкий» указывает на свойства солодового вкуса - приятный органам чувств.

Кроме того, словесный элемент «мягкое» стал использоваться различными производителями в отношении товара «пиво» задолго до даты приоритета заявленного обозначения.

Согласно приложенным к протоколу заседания от 20.07.2023 материалам, коллегией установлены факты присутствия в продаже товаров «мягкое пиво», а также присутствие отзывов потребителей о товарах «Мягкое пиво» разных, не связанных друг с другом производителей.

Так, присутствие на рынке до даты приоритета заявленного обозначения товара «Балтика 7 мягкое» подтверждается присутствием отзывов потребителей об

этом товаре на даты начиная с 26.01.2018 (см. <https://irecommend.ru/content/pivo-baltika-7-myagkoe>). Наличие информации о пиве «Рязанское мягкое» Русской пивоваренной компании «Хмелефф» подтверждается на дату 14.09.2020 с помощью проверки сайта производителя через Web.archive.org (<https://www.russbeer.ru/brends/ryazanskoem>); о пиве Крюгер «мягкое» производителя Томское пиво на дату 30.03.2021 (<https://tomskbeer.ru/catalog/pivo/kryuger-myagkoe/>); пива «Шымкентское мягкое свежее» Шымкентского пивоваренного завода на 20.07.2020 ([https://dzen.ru/a/XxiOH9QtNkAGILkI?utm\\_referer=www.google.com](https://dzen.ru/a/XxiOH9QtNkAGILkI?utm_referer=www.google.com)).

Пиво с названием «Пражское мягкое» производится Барнаульским пивоваренным заводом, о чем имеется информация на сайте <https://bpz.su/catalog/pivo/prazhskoe-myagkoe>, пиво с названием «Жигулевское мягкое» производителя «Тагильское пиво» <https://winestyle.ru/products/Tagilskoe-Zhigulevskoe-Myagkoe.html>, однако у коллегии отсутствуют доказательства присутствия данных товаров на рынке до даты приоритета заявленного обозначения.



Вместе с тем, подтвержденное присутствие до даты приоритета заявленного обозначения товаров с использованием в названии слова «мягкое» для пива в составе четырех, не связанных друг с другом производителей, свидетельствует об использовании многими слова «мягкое» в различных сочетаниях, но при этом в качестве характеристики товара «пиво».

В ответ на довод заявителя о том, что слово мягкое в приведенных вариантах наименований используется совместно со словом пиво, поэтому является характеристикой, коллегия приводит примеры внешнего оформления другими



производителями слова «мягкое» на этикетке : «», «», «»,



«», «» - где слово «Мягкое» не образует словосочетания со словом пиво, а используется в отдельности, как самостоятельная характеристика товара.

Учитывая изложенное словесный элемент «мягкое», «мягкий» в сочетании со словом «солод» также как и при отдельном написании имеет свое словарное значение «приятный на ощущение, не раздражающий, не резкий». Получившееся словосочетание «мягкий солод», то есть солод не резких вкусовых качеств, ориентирует потребителей относительно свойств товара, то есть не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Сопоставление с перечнем испрашиваемых товаров 32 класса МКТУ «*вино ячменное [пиво]; коктейли безалкогольные; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусло пивное; сусло солодовое*», словесных элементов «мягкий солод» обуславливает вывод о том, что в отношении каждой из испрашиваемых позиций слова «мягкий солод» являются неохраняемыми, так как все испрашиваемые товары представляют собой пиво, напитки на основе пива, а также непосредственно солод, то есть в отношении всех товаров скорректированного перечня 32 класса МКТУ словесные элементы «мягкий солод» являются описательными и не имеют признаков неверного восприятия как указание на несоответствующее действительности свойство товара.

Следовательно, для всех испрашиваемых товаров 32 класса МКТУ слово «мягкий» в отдельности используется многими производителями до даты приоритета заявленного обозначения, слово «солод» указывает на состав, а словосочетание «мягкий солод» характеризует одновременно состав и свойства испрашиваемых товаров, ввиду чего словесные элементы «мягкий солод» не обладают различительной способностью в отношении товаров 32 класса МКТУ скорректированного перечня, то есть не соответствуют требованиям пунктов 1 и 1 (3) статьи 1483 Кодекса.

Анализ обозначения по заявке №2021736777 на соответствие требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Коллегия проанализировала перечень товаров 33 класса МКТУ, в отношении которых было принято решение о регистрации обозначения по заявке №2021736777, и пришла к выводу об ошибочности принятого решения в данной части.

А именно, товары 33 класса МКТУ *«аперитивы; коктейли; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива; напитки спиртовые; напиток медовый [медовуха]; сидры»* не могут быть изготовлены на основе солода, то есть словесные элементы «мягкий солод» в отношении перечисленных позиций неверно ориентируют потребителя относительно свойств и состава товаров 33 класса МКТУ.

Заявитель в рамках ответа на дополнительное основание для отказа в регистрации заявленного обозначения представил сокращённый перечень товаров 33 класса МКТУ.

В тоже время товары 33 класса МКТУ *«напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки алкогольные, кроме пива»* скорректированного перечня сформулированы в общем виде, и включают в себя максимально широкий перечень алкогольных напитков, которые в подавляющем своем большинстве, за исключением напитка «виски», технологически не могут быть изготовлены на основе солода, следовательно, для подавляющего большинства испрашиваемых алкогольных напитков, то есть для той формулировки, которая предложена заявителем, словесные элементы «мягкий солод» будут неверно ориентировать потребителя относительно свойств товара и его состава, технологии его изготовления. Ввиду отсутствия ограничения перечня испрашиваемых товаров 33 класса МКТУ напитками, изготавливаемыми на основе солода, дополнительные основания для отказа в регистрации заявленного обозначения, мотивированные несоответствием требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не преодолены заявителем.

Таким образом, обозначение по заявке №2021736777 не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, так как состоит исключительно из

словесных элементов «мягкий солод», способных вводить потребителя в заблуждение относительно состава и свойств товаров 33 класса МКТУ испрашиваемого перечня.

В отношении представленных независимых исследований коллегия установила следующее. В соответствии с контент-анализом (1), проведенным с целью определения наличия или отсутствия различительной способности обозначения «Мягкий солод» на сегодняшний день и на 11.06.2021, при поиске в базе Национального корпуса русского языка (<https://ruscorpora.ru>) было обнаружено 116 примеров использования слова «солод», но ни одного примера использования обозначения «МЯГКИЙ СОЛОД».

При этом даже нехарактерные обозначения, имеющие описательный характер, иногда встречаются в СМИ, хотя бы редко. Чтобы проверить такую возможность, была проанализирована база данных российских СМИ компании EastView, включающей коллекцию «Центральная пресса России», «Региональные газеты России» и «Новостные ленты информационных агентств». За все годы, включенные в архив, слово «солод» встречается в нем 5692 раза. Однако обозначение «МЯГКИЙ СОЛОД» не встречается ни разу. Следовательно, это обозначение не используется в публицистических текстах.

Для проверки не является словосочетание «МЯГКИЙ СОЛОД» специализированным термином, который используется в научных и профессиональных книгах и журналах был осуществлен последовательный поиск в нескольких источниках (крупнейшей русскоязычной научной электронной библиотеке Elibrary.ru, пять руководств по технологии солода, изданных в период с 2001 года). По результатам поиска установлено, что ни одного раза не встречается обозначение «МЯГКИЙ СОЛОД».

Таким образом, при проверке специализированных (как научных, так и профессиональных) и неспециализированных (массовых) источников информации, которые должны были бы содержать обозначение «МЯГКИЙ СОЛОД», если бы оно использовалось в качестве описательного, для этого словосочетания не было обнаружено ни единого примера описательного использования. Все обнаруженные

примеры использования относятся к продукции завода «Трехсосенский». Эти факты позволяют сделать вывод о том, что обозначение «МЯГКИЙ СОЛОД» имеет фантазийный характер и обладает социологическими признаками наличия различительной способности.

В данной связи коллегия повторно обращает внимание на то, что словосочетание «мягкий солод» не является устойчивым, что и подтверждается представленным контент-анализом, следовательно, значение словосочетания строится на смысловых значениях его элементов в отдельности, которое было установлено выше в настоящем заключении и признано не обладающим различительной способностью потому как, во-первых, используется многими для обозначения свойств товаров того же вида (пиво), а, во-вторых, словарное значение слов «мягкий», «солод» свидетельствует о том, что под данными словами подразумеваются вкусовые характеристики напитка.

Кроме того, коллегия проанализировала представленное социологическое исследование и установила следующее.

В частности, согласно представленному заключению (2), 57% опрошенных выразили мнение о том, что обозначение по заявке №2021736777 используется одной компанией, а еще 19 % - разными, но связанными между собой компаниями. При этом данные результаты получены как на дату проведения опроса, так и ретроспективном анализе на дату 11.06.2021.

Кроме того, 61/65 % респондентов определили тестируемое обозначение как способное индивидуализировать компанию, использующую его для своих товаров, а также 77/78 % как обозначение, способное отличать на рынке продукцию одного производителя от продукции другого производителя.

При ответе на вопрос «как вы считаете, является ли тестируемое обозначение товарным знаком или указывает на назначение товаров «вино ячменное [пиво]; квас; коктейли на основе пива; напитки на базе меда безалкогольные; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусло пивное; сусло солодовое; экстракты хмелевые для изготовления пива», 33 класса МКТУ «аперитивы; коктейли; напитки алкогольные смешанные, за исключением напитков на основе пива; напитки

алкогольные, кроме пива; напитки спиртовые; напиток медовый [медовуха]; сидры» - только 4/6% респондентов ответили «указывает на назначение товаров», в то время как 72/82% ответили «является товарным знаком».

При аналогичном вопросе относительно вида товаров были получены следующие ответы: 4/7% ответили «указывает на вид», а 84/82 % - «является товарным знаком».

При аналогичном вопросе относительно свойств товаров были получены следующие ответы: 5/7% ответили «указывает на свойства», а 84/81 % - «является товарным знаком».

Также 66/68% опрошенных определили тестируемое обозначение как фантазийное, а еще 18/16 % респондентов затруднились ответить.

Выборка указанного исследования составила 1500 человек и проведено исследование среди жителей 227 городских округов и муниципальных районов.

Ранее проведенное исследование (10) в большей части поставленных задач не относится к вопросу различительной способности, его направленность скорее предполагает исследование рынка на предмет оценки выбранного названия в качестве коммерчески привлекательного, а не способного отличить товары одного производителя от товаров другого.

Вместе с тем коллегия обратила внимание на некоторые противоречия в полученных результатах. Так, при том условии, что только 61/65 % респондентов определили тестируемое обозначение как способное индивидуализировать компанию, видятся завышенными результаты в более 80% при определении того же самого обозначения как товарного знака вместо ответа «указывает на вид». Также коллегия обращает внимание на то, что количество респондентов не ответивших, что исследуемое обозначение способно индивидуализировать товары и услуги, превышает показатель в 20%, который является пороговым при определении различительной способности.

Что касается результатов опроса в части исследования восприятия компании-производителя, то в рамках данного исследования 62,1% опрошенных оценили, что



нейм «Мягкий солод» используется на товарах производителя «Завод Трехсосенский».

Данный результат мог бы быть оценен в контексте доказывания приобретенной различительной способности, однако в рамках поступившего возражения заявителем не были представлены материалы о длительности и масштабах введения в оборот товара, следовательно, данный анализ не может сводиться лишь к результату социологического исследования.

Таким образом, представленное исследование мнения потребителей противоречит фактическим обстоятельствам дела в виде словарного значения слов и в виде доказательств использования слова «мягкое» иными производителями, что в совокупности, напротив, подтверждает обстоятельство отсутствия различительной способности словесных элементов «мягкий солод», относительно испрашиваемых товаров 32, 33 классов МКТУ.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 10.02.2023, изменить решение Роспатента от 25.10.2022 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021736777 с учетом дополнительных обстоятельств.**