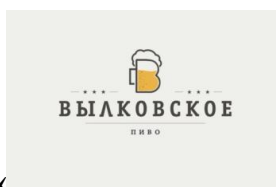
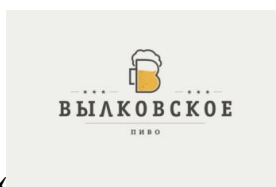


**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
по результатам рассмотрения  **возражения**  **заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 06.10.2023 возражение, поданное ИП Михалевым Андреем Константиновичем, Новосибирская обл. (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022732366, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение «» по заявке №2022732366 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 20.05.2022 на имя заявителя для индивидуализации товаров и услуг 32, 35 классов Международной классификации товаров и услуг МКТУ (далее - МКТУ), указанных в перечне регистрации.

Роспатентом 28.08.2023 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров по причине его несоответствия требованиям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса.

Согласно заключению по результатам экспертизы, являющемуся неотъемлемой частью оспариваемого решения Роспатента, входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «ПИВО» (пиво - слабый алкогольный

напиток, получаемый брожением сусла из ячменного солода с прибавлением хмеля<sup>1</sup>) является неохраноспособным согласно пункту 1 статьи 1483 Кодекса в отношении части заявленных товаров 32 класса МКТУ (а именно, «*вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусло пивное; сусло солодовое; шенди; экстракты хмелевые для изготовления пива*»), поскольку в целом не обладает различительной способностью, указывает на вид и состав товаров.

Вместе с тем, для другой части заявленных товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ (товаров 32 класса МКТУ «*аперитивы безалкогольные; вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые; квас; коктейли безалкогольные; лимонады; напитки безалкогольные; напитки безалкогольные из сухофруктов; напитки изотонические; напитки на базе меда безалкогольные; напитки на базе риса, кроме заменителей молока; напитки на базе сои, кроме заменителей молока; напитки на основе алоэ вера безалкогольные; напитки на основе молочной сыворотки; напитки обогащенные протеином спортивные; напитки прохладительные безалкогольные; напитки со вкусом кофе безалкогольные; напитки со вкусом чая безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; напитки энергетические; нектары фруктовые с мякотью безалкогольные; оршад порошки для изготовления газированных напитков; сассапариль [безалкогольный напиток]; сиропы для лимонадов; сиропы для напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; смузи [напитки на базе фруктовых или овощных смесей]; сок томатный [напиток]; сок яблочный безалкогольный; соки овощные [напитки]; соки фруктовые; составы для приготовления безалкогольных напитков; составы для производства газированной воды; сусло виноградное неферментированное; таблетки для изготовления газированных напитков; шербет [напиток]; экстракты фруктовые безалкогольные; эссенции безалкогольные для приготовления напитков*», услуг 35 класса «*абонирование телекоммуникационных*

---

<sup>1</sup> Интернет-словари: [https://big\\_medicine.academic.ru/6675/ПИВО;](https://big_medicine.academic.ru/6675/ПИВО;)  
[https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_colier/6317/ПИВО;](https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_colier/6317/ПИВО;)  
[https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/936222.](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/936222)

услуг для третьих лиц; анализ себестоимости; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению персоналом; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц;; подготовка платежных документов; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; посредничество коммерческое; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; службы административные по медицинским направлениям; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги конкурентной разведки; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги

*по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса»)* словесный элемент «ПИВО» будет вводить потребителей в заблуждение относительно вида и назначения товаров и услуг на основании положений пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Кроме того, входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «ВЫЛКОВСКОЕ» (прилагательное, образованное от «Вылково» - село в России, административный центр сельского поселения Вылковский сельсовет Тюменцевского района Алтайского края<sup>2</sup> является неохраноспособным в отношении всех заявленных товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывает на место производства товаров и местонахождение заявителя.

Поскольку заявитель находится в селе Верх-Тула (Новосибирская область, Новосибирский р-н, с. Верх-Тула, ул. Речная, 15), регистрация заявленного обозначения, содержащего в своем составе словесный элемент «ВЫЛКОВСКОЕ», будет вводить потребителя в заблуждение относительно места производства товаров и местонахождения заявителя в соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса.

---

<sup>2</sup> <https://xn--b1aaxdq0g.xn--p1ai>;  
<https://drevo-info.ru/articles/13671460.html>;  
[https://www.komandirovka.ru/cities/vylkovo\\_alt.\\_kr./](https://www.komandirovka.ru/cities/vylkovo_alt._kr./);  
<https://вылково.рф>.

Помимо прочего установлено, что в состав заявленного обозначения включен словесный элемент «ВЫЛКОВСКОЕ», который воспринимается как указание на географический объект, в котором осуществляется добыча/производство природной минеральной/питьевой воды, а также на природное происхождение части заявленных товаров, в связи с чем заявленное обозначение будет вводить потребителя в заблуждение относительно природного происхождения части заявленных товаров 32 класса МКТУ (а именно *«аперитивы безалкогольные, вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые»*) на основании пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Поскольку в заявленном обозначении доминирующее положение занимают неохраноспособные элементы, оно не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) в отношении всех заявленных товаров и услуг.

Какие-либо документы и дополнительные материалы, подтверждающие использование заявленного обозначения в отношении всех товаров 32 класса МКТУ, указанных в ответе на уведомление, а также тот факт, что заявленное обозначение ассоциируется у потребителей только с товарами заявителя, не представлены.

Экспертиза снимает основание для отказа по пункту 3 статьи 1483 Кодекса о введении потребителя в заблуждение относительно производителя товаров (лица, оказывающего услуги) с учетом представленного заявителем соглашения между заявителем (Михалев Андрей Константинович) и ООО «ВЫЛКОВО» и иных дополнительных материалов о совместных мероприятиях.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента в целом, при этом его основные доводы сводятся к следующему:

- не оспаривая неохраноспособность словесного элемента «ПИВО», заявитель считает возможным ограничить заявленный перечень товаров 32 класса МКТУ такими товарами как *«вино ячменное [пиво]; коктейли безалкогольные; коктейли на основе пива; напитки безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; порошки для изготовления газированных*

*напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; составы для приготовления безалкогольных напитков; сусла; сусло пивное; сусло солодовое; таблетки для изготовления газированных напитков; шенди; экстракты хмелевые для изготовления пива; эссенции безалкогольные для приготовления напитков»,* полагая, что современное производство безалкогольных напитков может быть представлено продукцией на базе пива и хмеля, т.е. копиями алкогольных напитков, в силу чего приведенная в оспариваемом решении Роспатента выборка товаров расширена коктейлями, напитками безалкогольными и составами для их производства, вместе с тем в части 35 класса МКТУ с мнением экспертизы заявитель согласен;

- заявитель полагает, что оспариваемое решение Роспатента было вынесено без учета сложившейся судебной правоприменительной практики в части подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса, согласно которой если заявленное обозначение представляет собой или содержит в своем составе название определенного географического объекта, которое не воспринимается как указание на место производства товара, то есть является фантазийным в отношении заявленных товаров, регистрация товарного знака осуществляется без дискламации;

- согласно общедоступным данным в 2021 году в селе Вылково численность населения составляла 1739 человек, при этом стабильно падает, само же село находится в болотистой местности, представлено несколькими одноэтажными домами, не имеет производственных предприятий, в том числе пивных, в силу чего ни о какой известности географического наименования Вылково говорить не приходится;

- экспертизой был проигнорирован факт того, что Вылково является историческим названием деревни в Искимском районе Новосибирской области, где располагается производственные площади партнера заявителя – ООО ПК «ВЫЛКОВО», в связи с чем довод о способности введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя отсутствует;

- при этом отсутствие в настоящее время в Искитимском районе Новосибирской области спорного географического наименования позволяет

говорить о фантазийном характере словесного элемента «Вылковское», а, следовательно, он не подлежит дискламации;

- заявленное обозначение является средством индивидуализации заявителя, позиционируется в сети Интернет как обозначение, сопровождающее пивоваренную продукцию, которая реализуется через крупные торговые сети, в том числе «ЛЕНТА», «SPAR», «АШАН» и др., а также была представлена на выставке «Сибирская продовольственная неделя 2022».

В силу изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2022732366 в качестве товарного знака с дискламацией словесного элемента «ПИВО» для следующих товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ:

*32 класс МКТУ – «вино ячменное [пиво]; коктейли безалкогольные; коктейли на основе пива; напитки безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; порошки для изготовления газированных напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; составы для приготовления безалкогольных напитков; сусла; сусло пивное; сусло солодовое; таблетки для изготовления газированных напитков; шенди; экстракты хмелевые для изготовления пива; эссенции безалкогольные для приготовления напитков»;*

*35 класс МКТУ – «оптовая и розничная торговля; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; написание рекламных текстов;*

написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение коммерческих мероприятий; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; прямая почтовая регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама



*наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; услуги PPC; услуги коммерческого лоббирования; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по составлению перечня подарков; услуги рекламные оплата за клик; услуги снабженческие для третьих лиц; закупка и обеспечение предпринимателей товарами; услуги субподрядные; коммерческая помощь».*

Необходимо указать, что на заседании коллегии, состоявшемся 13.11.2023, с учетом положений пункта 45 Правил ППС были выявлены дополнительные обстоятельства в рамках требований пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, препятствующие регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, но не указанные в оспариваемом решении Роспатента, а именно заявителю было указано, что обозначение «ВЫЛКОВСКОЕ» способно ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров и услуг в связи с наличием ООО ПК «ВЫЛКОВО», а обозначение «ПИВО» ложно в отношении вида товара 32 класса МКТУ «шенди».

В соответствии с ходатайством представителя заявителя заседание коллегии было перенесено для наиболее полного и объективного рассмотрения с целью представления заявителем соответствующих аргументов относительно указанных дополнительных оснований для отказа в регистрации товарного знака по заявке №2022732366.

Ознакомившись с доводами коллегии, заявитель в своей корреспонденции от 22.11.2023 представил документы, свидетельствующие о партнерских взаимоотношениях между ним и ООО ПК «ВЫЛКОВО», а именно договор, в котором, в частности, прописаны условия о совместном использовании заявленного обозначения и о получении исключительных прав на него непосредственно Михалевым А.К., при этом ООО ПК «ВЫЛКОВО» дополнительно предоставило Михалеву А.К. письмо-согласие на регистрацию товарного знака. Относительно вида товара «шенди» заявитель указывает на различные общедоступные сведения, согласно которым пиво является основой данного напитка, что исключает ложность восприятия заявленного обозначения в этой части.

Таким образом, заявитель полагает, что заявленное обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ, приведенных в тексте изначально поданного возражения, с исключением из правовой охраны словесного элемента «ПИВО».

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия пришла к следующим выводам.

С учетом даты (20.05.2022) поступления заявки №2022732366 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 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями подпункта 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов 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.

Согласно положениям пункта 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.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной пунктом 1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они


подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Как следует из требований подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Исходя из пункта 37 Правил, при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.



Обозначение «» по заявке №2022732366 с приоритетом от 20.05.2022 является комбинированным, включает в свой состав изобразительный элемент в виде стилизованной под кружку пива букву «В», справа и слева от которой находятся по три звездочки. Под изобразительным элементом расположены словесные элементы, выполненные буквами кириллического алфавита: словесный элемент «ВЫЛКОВСКОЕ» в крупном шрифтовом исполнении, подчеркнутый горизонтальной полосой, ниже находится словесный элемент «ПИВО», выполненный мелким шрифтом.

Согласно доводам возражения решение о регистрации товарного знака по заявке №2022732366 испрашивается в отношении скорректированного перечня товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения показал, что входящий в его состав словесный элемент «ПИВО» является лексической единицей русского языка со значением «слабый алкогольный напиток, получаемый брожением суслу из ячменного солода с прибавлением хмеля», как обоснованно было указано в заключении по результатам экспертизы.

Представляя собой наименование слабоалкогольной продукции, поименованной в заявленном перечне 32 класса МКТУ, словесный элемент «ПИВО» однозначно воспринимается в качестве указания на вид товара, т.е. носит описательный характер, а значит, относится к неохраноспособным элементам, не способным выполнять индивидуализирующую функцию.

Учитывая семантику словесного элемента «ПИВА», усматривается вывод о том, что в отношении товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ, являющихся продукцией пивного производства, связанных с ее изготовлением и продвижением, спорный словесный элемент подлежит дискламации. При этом во внимание приняты доводы заявителя относительно коктейльного напитка «шенди» (коктейль из пива с каким-либо газированным напитком<sup>3</sup>), неотъемлемым ингредиентом которого является «пиво».

К упомянутым товарам и услугам скорректированного заявленного перечня, в отношении которых словесный элемент «ПИВО» воспринимается в качестве описательного, относятся следующие позиции:

32 класс МКТУ – «вино ячменное [пиво]; коктейли на основе пива; пиво; пиво имбирное; пиво солодовое; сусла; сусло пивное; сусло солодовое; шенди; экстракты хмелевые для изготовления пива»;

35 класс МКТУ – «оптовая и розничная торговля; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе;

---

<sup>3</sup> [https://cyclowiki.org/wiki/Пиво\\_с\\_газировкой\\_\(коктейль\)](https://cyclowiki.org/wiki/Пиво_с_газировкой_(коктейль)).

консультации касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение коммерческих мероприятий; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов;

*радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; прямая почтовая регистрация данных и письменных сообщений; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; услуги PPC; услуги коммерческого лоббирования; услуги консалтинговые для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекеничников для рекламы или продвижения товаров; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по составлению перечня подарков; услуги рекламные оплата за клик; услуги снабженческие для третьих лиц; закупка и обеспечение предпринимателей товарами; услуги субподрядные; коммерческая помощь».*

Между тем, в отношении таких заявленных товаров 32 класса МКТУ как *«коктейли безалкогольные; напитки безалкогольные; напитки прохладительные безалкогольные; порошки для изготовления газированных напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; составы для приготовления безалкогольных напитков; таблетки для изготовления газированных напитков; эссенции безалкогольные для приготовления напитков»*, которые относятся к рынку безалкогольных напитков и отличаются пива по своему виду и свойствам, словесный элемент «ПИВО» будет являться ложным указанием на вид товара.

Наличие спорного словесного элемента «ПИВО» в составе заявленного обозначения является препятствием для регистрации товарного знака в отношении

упомянутой части товаров в соответствии с требованиями пункта 3 (1) статьи 1383 Кодекса.

Что касается входящего в состав заявленного обозначения спорного словесного элемента «ВЫЛКОВСКОЕ», то необходимо отметить следующее.

Названный словесный элемент представляет собой прилагательное, которое было отнесено экспертизой к производному от топонима «Вылково» - село в Российской Федерации, административный центр сельского поселения Вылковский сельсовет Тюменцевского района Алтайского края.

Коллегия приняла во внимание приведенные в возражении данные о том, что название Вылково ранее также фигурировало в качестве наименования деревни на территории иного региона, а именно в Новосибирской области<sup>4</sup>. Так, деревня Вылково Новосибирской области была включена в черту вновь созданного рабочего поселка Искитим и в 1933 году была исключена из учетных данных.

Все вышеизложенные обстоятельства позволяют соотнести словесное обозначение «ВЫЛКОВСКОЕ» с наименованиями географических объектов, как ныне существующих, так и исторических, что приводит к выводу о неохрасноспособности этого словесного элемента.

Поскольку словесный элемент «ВЫЛКОВСКОЕ» композиционно связан с иными элементами заявленного обозначения и не занимает в его составе доминирующего положения, усматривается возможность для его указания в качестве неохраняемого согласно пункту 1 (3) статьи 1483 Кодекса.

Следует упомянуть, что в связи с корректировкой заявленного перечня товаров 32 класса МКТУ и исключения из него таких позиций как «аперитивы безалкогольные, вода газированная; вода литиевая; вода сельтерская; вода содовая; воды [напитки]; воды минеральные [напитки]; воды столовые») основанный на положениях пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса довод экспертизы о способности заявленного обозначения, в состав которого входит спорный словесный элемент «ВЫЛКОВСКОЕ», ввести потребителя в заблуждение относительно природного происхождения названных товаров, подлежит отклонению.

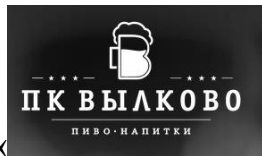
---

<sup>4</sup> [https://ru.wikipedia.org/wiki/Вылково\\_\(Новосибирская\\_область\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Вылково_(Новосибирская_область)).



В сети Интернет также содержатся сведения о предприятии, связанном с производством пивоваренной продукции, а именно об Обществе с ограниченной ответственностью «Пивоваренная компания «ВЫЛКОВО» (ООО «ПК «ВЫЛКОВО»)), которое как раз находится в городе Искитим Новосибирской области на месте вышеупомянутой исторической деревни Вылково.

На сайте <https://vylkovo.ru/> предприятия ООО «ПК «ВЫЛКОВО» фигурирует



обозначение «», сходное с заявленным обозначением.

Не отрицая наличия указанного пивоваренного предприятия, заявитель представил документы, свидетельствующие о наличии у него партнерских отношений с ООО «ПК «ВЫЛКОВО».

Так, между ИП Михалевым А.К. и ООО «ПК «ВЫЛКОВО» до даты подачи заявки на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака был заключен договор, согласно которому указанные лица пришли к соглашению о совместной деятельности в сфере производства пива, сидра и прочих плодовых вин, безалкогольных напитков, упакованных питьевых вод (включая минеральные воды) с использованием, в частности, заявленного обозначения.

Согласно условиям упомянутого договора ИП Михалеву А.К. была поручена задача по подаче на свое имя соответствующей заявки на регистрацию заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ. Также из соответствующих положений договора следует, что ИП Михалев А.К., будучи правообладателем соответствующего товарного знака, обязуется использовать его совместно с ООО «ПК «ВЫЛКОВО» для достижения общей цели.

Следует упомянуть, что ООО «ПК «ВЫЛКОВО» также выдало ИП Михалеву А.К. письменное согласие на регистрацию заявленного обозначения по заявке №2022732366 в качестве товарного знака для всех заявленных товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ.

Таким образом, все вышеизложенные обстоятельства дела в совокупности позволяют прийти к выводу об отсутствии причин для вывода о несоответствии

заявленного обозначения со словесным элементом «ВЫЛКОВСКОЕ» требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса как способного ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара.

Также необходимо отметить, что приведенные в возражении доводы об исторической связи заявителя с географическим объектом - деревней Вылково, снимают основание для вывода о способности заявленного обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно места производства товаров и местонахождения заявителя в соответствии с пунктом 3 статьи 1483 Кодекса.

С учетом всех вышеизложенных обстоятельств дела в совокупности усматриваются основания для регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака для ограниченного перечня товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ, упомянутого выше, с указанием не занимающих доминирующего положения словесных элементов «ВЫЛКОВСКОЕ» и «ПИВО» в качестве неохраняемых.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**удовлетворить возражение, поступившее 06.10.2023, отменить решение Роспатента от 28.08.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022732366.**