

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 подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520, рассмотрела возражение, поступившее 17.06.2020, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Ван Груп Компани», Москва (далее – заявитель), на решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2018747436, при этом установила следующее.

**ONE PRICE
COFFEE**

Обозначение «**ONE PRICE COFFEE**» по заявке № 2018747436 подано 31.10.2018 на регистрацию товарного знака на имя заявителя в отношении товаров 30 и услуг 35 и 43 классов МКТУ.

Роспатентом 17.02.2020 принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2018747436. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Заключение мотивировано тем, что входящие в состав заявленного обозначения элементы «ONE PRICE COFFEE» – в пер. с английского языка

означают «кофе по одной цене» (см. например, <https://translate.google.com/>; <https://www.multitrans.com/>), следовательно, в силу своего семантического значения могут быть восприняты как указание на вид, свойства товаров и назначение услуг, в связи с чем являются неохранными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Таким образом, заявленное обозначение признано в целом не обладающим различительной способностью, не способным индивидуализировать товары и услуги конкретного изготовителя как несоответствующее пункту 1 статьи 1483 Кодекса.

В заключении также указано, что дополнительные материалы, представленные заявителем, не позволяют сделать вывод о приобретении заявленным обозначением различительной способности.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 17.06.2020, заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 17.02.2020, аргументируя его следующими доводами:

- заявителем были представлены доказательства приобретения заявленным обозначением различительной способности обозначения на дату подачи заявки, которые, не признаны недостаточным подтверждением различительного характера заявленного обозначения;

- приобретение различительной способности заявленным обозначением до даты подачи заявки подтверждается длительностью его использования (с 2018 года), интенсивностью использования (9 кофеен были открыты до 31.10.2018), территорией размещения кофеен в городах Москва, Санкт-Петербург, Красногорск, а также широкой информированностью потребителя на вывесках в торговых центрах и в переходах, в сети Интернет;

- заявитель также участвовал в выставках, в частности в «Международной выставке франшиз buybrand» в сентябре 2018;

- на стадии экспертизы заявки заявителем не был представлен социологический опрос ввиду того, что организация опроса потребителей является дорогостоящим мероприятием, однако, в связи с большой заинтересованностью заявителя в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака

заявитель инициировал проведение социологического опроса и представляет его результаты с возражением;

- перед респондентами были поставлены следующие вопросы: «Определение наличия или отсутствия различительной способности у обозначения с точки зрения потребителя товаров 30 и услуг 35 и 43 классов МКТУ», «Определение наличия или отсутствия восприятия обозначения как указывающего на свойства и назначение услуг, в частности услуг, предоставляемых предприятиями общественного питания, в том числе кафе, с точки зрения потребителя товаров 30 и услуг 35 и 43 классов МКТУ»;

- результаты социологического исследования показали, что большинство респондентов (потребителей) считают, что тестируемое обозначение используется одной или разными, но связанными между собой, компаниями; причем этот ответ повторялся, когда его задавали до даты приоритета заявки на товарный знак 31.10.2018 и на дату проведения опроса;

- большинство респондентов считает, что товары, с которыми ассоциируется обозначение «ONE PRICE COFFEE» – это кофе, чай или заменители кофе; однако, потребитель не смог определить с какими же конкретными свойствами товаров и назначением услуг, в частности, предоставляемых предприятиями общественного питания, в том числе кафе, связано данное обозначение;

- с точки зрения потребителя товаров 30 и услуг 35 и 43 классов МКТУ обозначение по заявке № 2018747436 на дату подачи заявки и на дату подачи возражения не воспринимается как описательное для заявленных товаров и услуг;

- заявленное обозначение состоит из слов «ONE» (ОДИН), «PRICE» (ЦЕНА), «COFFEE» (КОФЕ), выполненных в латинице, при этом слово «ONE» расположено перпендикулярно по отношению к словам «PRICE» и «COFFEE» таким образом, что обозначение воспринимается как графический символ, что увеличивает его различительную способность;

- словосочетание «ONE PRICE COFFEE» не является устойчивым выражением и в силу своего семантического значения не может однозначно указывать на вид, свойства и назначения услуг;

- в заключении приведен неверный перевод заявленного обозначения («кофе по одной цене»), поскольку оно переводится как «один ценный кофе» (<https://translate.google.com/#view=home&op=translate&sl=en&tl=ru&text=ONE%20PRICE%20COFFEE>);

- слово «PRICE» характеризует кофе как продукт, указывает на то, что кофе является ценным, не характеризует действие – продажу кофе по одной цене;

- разный перевод одного и того же словосочетания приводит к совершенно разному смысловому толкованию обозначения;

- обратный перевод фразы «кофе по одной цене» на английский язык выглядит как «COFFE AT ONE PRICE», следовательно, словосочетание «ONE PRICE COFFEE» является фантазийным;

- дополнительную различительную способность обозначению придает оригинальное шрифтовое выполнение, которое явилось результатом исполнения договора заказа от 11 декабря 2017 г.;

- уже до даты подачи заявки на товарный знак сеть кофеен «ONE PRICE COFFEE» успешно развивалась;

- отличительной особенностью кофеен заявителя является выполнение всех кофеин в едином стиле;

- на дату подачи возражения на территории России функционирует более 42 кофеен, маркированных заявленным обозначением «ONE PRICE COFFEE».

На основании вышеизложенного заявителем выражена просьба об отмене оспариваемого решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения по заявке № 2018747436 в качестве товарного знака в отношении товаров 30 и услуг 35 и 43 классов МКТУ.

К возражению приложены следующие материалы:

(1) заключение № 56-2020 от 29.05.2020 Лаборатории социологической экспертизы Федерального социологического центра Российской Академии наук (далее – Заключение ФНИСЦ РАН);

(2) копия решения Роспатента от 17.02.2020;

(3) архивные копии страниц сайта <https://onepricedcoffee.com/>.

Дополнительно 10.07.2020 заявителем представлены следующие материалы:

- (4) копия справки от 12.06.2020 о поступлении денежных средств по лицензионным договорам;
- (5) копии счетов-фактур от 25.01.2017, от 22.08.2017;
- (6) копии договоров от 21.12.2018 в отношении участия в выставках 25-27 марта 2019 г., 18-20 сентября 2019 г.;
- (7) копии актов сверки за 2019 г., июль-декабрь 2018 г.;
- (8) копия акта от 20.09.2019;
- (9) фотоматериалы;
- (10) буклет, листовка.

Дело заявки № 2018747436 содержит также материалы, представленные заявителем 29.11.2019, 02.12.2019 и 11.12.2019, а именно:

- (11) распечатка сведений о заявителе из единого государственного реестра юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ);
- (12) копия лицензионного договора № 13 от 25.01.2018 между ООО «Ван Груп Компани» (лицензиар) и ООО «Азбука Ритейла» (лицензиат) с приложениями;
- (13) Копия лицензионного договора № 12 от 25.01.2018 между ООО «Ван Груп Компани» (лицензиар) и ООО «Федерер» (лицензиат) с приложениями;
- (14) копия договора выполнения работ № 7 от 13.07.2018 между ООО «Ван Груп Компани» (заказчик) и ИП Иванюшкиным Г.А. (исполнитель) в отношении создания сайта <https://onepricescoffee.com>;
- (15) скриншоты страниц сайта <https://onepricescoffee.com>, в том числе архивные копии страниц сайта от 01.09.2018;
- (16) копия авторского договора заказа от 11.12.2017.

Рассмотрение возражения, состоявшееся 14.08.2020, было перенесено на 07.09.2020.

- (17) копия договора субаренды № SO816 от 08.06.2018 между ПАО «Вымпел-Коммуникации» (арендатор) и ООО «Азбука Ритейла» (субарендатор);

(18) рабочая документация – архитектурно-планировочное решение «кофе-пойнт ONEPRICESOFFE», Москва, Сокольническая площадь, д. 4, 2018 г., фотоматериалы;

(19) копия договора субаренды № 0040/18/ИП/Аг/СА-НД от 01.06.2018 между ИП Агаевым Э.Ш. (арендатор) и ООО «Азбука Ритейла» (субарендатор) с приложениями;

(20) рабочая документация - архитектурно-планировочное решение «кофе-пойнт ONEPRICESOFFE», Москва, Ярцевкая улица, 25А, 2018 г., фотоматериалы;

(21) копия договора аренды № А23/2018 от 31.08.2018 между ООО «Красногорск-Девелопмент» (арендодатель) и ООО «Азбука Ритейла» (арендатор);

(22) рабочая документация – архитектурно-планировочное решение «кофе-пойнт ONEPRICESOFFE», Московская область, г. Красногорск, ул. Ленина, д. 2, 2018 г., фотоматериалы;

(23) копия договора субаренды № 065-КДС-ФВ/2018 от 08.08.2018 между ООО «Аи Ти Ди Москва» (арендодатель) и ООО «Азбука Ритейла» (субарендатор);

(24) рабочая документация – архитектурно-планировочное решение «кофе-пойнт ONEPRICESOFFE», Москва, Олимпийская деревня, д.3 к.1, 2018 г., фотоматериалы;

(25) копия договора субаренды № МТ-83 от 01.09.2018 между ООО «Заря» (арендатор) и ООО «Азбука Ритейла» (субарендатор), с приложением;

(26) рабочая документация - архитектурно-планировочное решение «кофе-пойнт ONEPRICESOFFE», Москва, Хорошевское ш., д. 27, 2018 г., фотоматериалы;

(27) копия краткосрочного договора субаренды № 07/18 от 01.07.2018 между ООО «Заря» (арендодатель) и ООО «Азбука Ритейла» (субарендатор);

(28) рабочая документация - архитектурно-планировочное решение «кофе-пойнт ONEPRICESOFFE», Москва, Пресненская наб., д. 2, 2018 г., фотоматериалы;

(29) копия договора аренды № 06/7СА/18 от 19.11.2018 между Региональной общественной организацией «Содействия развитию торгово-экономических связей с

Республикой Беларусь» (арендодатель) и ООО «Азбука Ритейла» (арендатор), с приложением;

(30) фотоматериалы;

(31) копии договоров субаренды № 90пв от 27.09.2018 и от 20.11.2018 между ООО «Винтер» (арендатор) и ООО «Азбука Ритейла» (субарендатор), с приложением;

(32) рабочая документация – архитектурно-планировочное решение «кофе-пойнт ONEPRICESOFFE», Москва, ул. Люблинская, вл. 112А, стр. 1, 2, 3, 2018 г., фотоматериалы;

(33) копия договора № 313-ПР от 30.05.2018 между ООО «Питер-Медиа» (исполнитель) и ООО «Азбука Ритейла» (заказчик);

(34) рабочая документация – архитектурно-планировочное решение «кофе-пойнт ONEPRICESOFFE», Санкт-Петербург, ул. Ефимова, 3;

(35) рабочая документация - архитектурно-планировочное решение «кофе-пойнт ONEPRICESOFFE», Москва, Ленинградское ш., 16А, стр. 4, 2018 г., фотоматериалы;

(36) копия договора аренды № НН/18 от 01.12.2018 между ИП Шапкиным И.В. (арендодатель) и ООО «Федерер» (арендатор), фотоматериалы;

(37) копия договора субаренды № 54-КДС-АП/2019 от 15.03.2019 между ООО «Прайм менеджмент» (арендодатель) и ООО «Федерер» (субарендатор), с приложением;

(38) рабочая документация – архитектурно-планировочное решение «кофе-пойнт ONEPRICESOFFE», Москва, Ходынский б-р, 2018 г., фотоматериалы;

(39) копия договора субаренды № 59-62-33-00813/і от 01.12.2018 между ООО «Управляющая компания ТРЦ «Гагаринский» (арендодатель) и ООО «Федерер» (арендатор);

(40) выдержка из рабочей документации – архитектурно-планировочного решения кофейни «ONEPRICESOFFE», Москва, ул. Вавилова, д.3, 2019 г., фотоматериалы;

(41) выдержка из предварительного договора № TG 49/29-12-2018 от 29.12.2018 между ООО «Торговая Галерея» (арендодатель) и ООО «Федерер» (арендатор);

(42) выдержка из рабочей документации – архитектурно-планировочного решения кофейни «ONEPRICESOFFE», г. Пушкино, Красноармейское ш., вл. 105, 2019 г.;

(43) копия договора субаренды № 052-КДС-ЗП/2018 от 01.11.2018 между ООО «Прайм менеджмент» (арендодатель) и ООО «Федерер» (субарендатор);

(44) выдержка из рабочей документации – архитектурно-планировочного решения кафе «ONEPRICESOFFE»;

(45) копия проектной документации – дизайн-проект кофейни «ONEPRICESOFFE», Москва, проспект Мира, д. 146, 2018 г.;

(46) копия договора аренды № SLA-086-IL от 07.12.2018 между ООО «Жемчужная Плаза» (арендодатель) и ООО «Федерер» (арендатор);

(47) фотоматериалы.

Изучив материалы дела и заслушав участвующих в рассмотрении возражения, коллегия считает доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (31.10.2018) поступления заявки № 2018747436 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый 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 подпунктом 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, 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.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с пунктом 1¹ статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;
- 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

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.


Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности 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 обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением 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.

На регистрацию в качестве товарного знака заявлено словесное обозначение

 «**ONE PRICE COFFEE**» в котором элементы «PRICE» и «COFFEE» выполнены в две строки, а слово и «ONE» расположено по вертикали на первой верхней строке. Все слова выполнены стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Регистрация заявленного обозначения испрашивается, в соответствии с изменениями, внесенными в заявленный перечень товаров и услуг, в отношении следующих товаров и услуг:

30 – ароматизаторы кофейные; заменители кофе; заменители кофе растительные; кофе; кофе-сырец; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; цикорий [заменитель кофе];

35 – демонстрация товаров; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная]; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса;

маркетинг; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; помощь в управлении бизнесом; посредничество коммерческое [обслуживание]; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа товаров розничная или оптовая; продвижение продаж для третьих лиц; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов, прокат торговых стоек; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама почтой; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; 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; управление процессами обработки заказов товаров; услуги в области общественных отношений; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги рекламные «оплата за клик», услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая;

43 – закусочные; кафе; кафетерии; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат осветительной аппаратуры; прокат палаток; прокат передвижных строений; прокат раздаточных устройств [диспенсеров] для питьевой воды; рестораны; рестораны самообслуживания; столовые на производстве и в учебных заведениях; услуги баров; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов вашоку.

Анализ охраноспособности заявленного обозначения показал следующее.

Заявленное обозначение включает словесный элемент «COFFEE», который переводится с английского языка как «кофе» (см. информацию с сайта <http://dic.academic.ru>), следовательно, представляет собой название вида товара 30 класса МКТУ («кофе»), для маркировки которого предназначено обозначение. Кроме того, оно указывает на состав и свойства (кофейный вкус, аромат) иных товаров 30 класса МКТУ, для которых испрашивается регистрация. Такие элементы не могут быть признаны охраноспособными.

В силу указанного значения словесный элемент «COFFEE» характеризует заявленные товары «ароматизаторы кофейные; заменители кофе; заменители кофе растительные; кофе; кофе-сырец; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные; цикорий [заменитель кофе]» 30 класса МКТУ, не обладает различительной способностью.

Кроме того, элемент «COFFEE» воспринимается также как характеристика заявленных услуг 35 и 43 классов МКТУ, основанная на представлении об оказании услуг по продвижению и продаже, обеспечению кофе.

Учитывая семантику словесного элемента «COFFEE», потребитель может решить, что товары и услуги, маркированные заявленным обозначением, имеют непосредственное отношение к кофе. Следует заметить, что такое восприятие является очевидным, наиболее вероятным и следует из представленного заявителем заключения (1) по результатам опроса общественного мнения.

Элемент «ONE PRICE», включенный в состав заявленного обозначения, представляет собой словосочетание со значением «единая цена», «с единой (одинаковой) ценой» (см. Англо-русский экономический словарь, Большой англо-русский и русско-английский словарь, Универсальный англо-русский словарь, Новый англо-русский словарь, Англо-русский словарь по экономике и финансам, Англо-русский словарь нормативно-технической терминологии, размещенные на портале https://translate.academic.ru/ONE_PRICE/xx/ru/), которое является устойчивым, широко используется в сфере продвижения товаров и услуг (например, «one-price store» – магазин единой цены, «one-price policy» – политика единой цены).

Данный элемент сам по себе не может индивидуализировать товары и услуги какого-либо лица, признается не обладающим различительной способностью.

Таким образом, все элементы заявленного обозначения являются неохранными, занимают доминирующее положение, обуславливают смысловое восприятие обозначения в целом как указание на сферу деятельности заявителя, связанную с определенными товарами и услугами (кофе, продукты на основе кофе, с ароматом кофе, услуги по продвижению и продажам кофе по единой цене, обеспечение кофе с единой ценой), характеристикой товаров и услуг, для индивидуализации которых предназначено обозначение.

Довод заявителя о том, что словесные элементы заявленного обозначения образуют новое словосочетание, не воспринимающееся в целом как характеристика товаров и услуг, является неубедительным, поскольку значения «кофе», «единая цена», широко известны российским потребителям, поскольку являются словами общей лексики английского языка, не требуют глубоких языковых познаний.

Что касается доводов заявителя о возможности применения в данном случае положений подпункта 2 пункта 1¹ статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает следующее.

Под комбинацией, обладающей различительной способностью, следует понимать совокупность объединенных единым замыслом элементов, дающих качественно новый уровень их восприятия. Вместе с тем исполнение заявленного обозначения (несмотря на вертикальное размещение элемента «ONE») не позволяет сделать вывод о том, что в данном случае имеется комбинация, обладающая различительной способностью, поскольку словесные элементы обозначения доминируют, прочитываются как словосочетание с простым и понятным смыслом.

Таким образом, обозначение заявителя прямо, без дополнительных рассуждений и домысливания характеризует заявленные товары, не обладает различительной способностью, следовательно, не соответствует пункту 1 статьи 1483 Кодекса, при этом неохранные элементы являются доминирующими в составе обозначения в целом.

Таким образом, вывод о невозможности регистрации товарного знака по заявке № 2018747436, изложенный в заключении по результатам экспертизы заявленного обозначения, следует признать правомерным.

Следует иметь в виду, что Кодексом предусмотрена возможность регистрации обозначений, признанных несоответствующими пункту 1 статьи 1483 Кодекса в случае, если такие обозначения приобрели различительную способность в результате их использования.

В этой связи коллегией рассмотрены представленные заявителем материалы, анализ которых показал следующее.

Согласно представленным материалам заявленное обозначение использовалось для индивидуализации сети кафе/кофеен. Данное обозначение размещалось на вывесках, на одноразовых стаканчиках, на рекламных листовках, в интерьерах заведений (9), (10), (18), (20), (22), (24), (26), (28), (30), (32), (35), (36), (38), (40), (47).

Вместе с тем представленные документы не позволяют признать приобретение заявленным обозначением различительной способности до даты подачи заявки № 2018747436 по следующим причинам.

Свою деятельность заявитель осуществляет преимущественно в одном субъекте Российской Федерации – Москве, в то время как охрана товарным знакам предоставляется на всей территории Российской Федерации. На дату подачи заявки № 2018747436 действовало только 9 кофеен и из них 7 – в Москве, по одному в Санкт-Петербурге и Московской области (12), (13), (17) – (28), (31) – (35). При этом коллегия отмечает, что все кафе открыты не более чем за 6 месяцев до даты приоритета. Также незадолго до даты подачи заявки № 2018747436 разработан сайт заявителя (14).

При этом следует отметить, что заявленное обозначение применялось для индивидуализации кафе (кофейни, сети кофеен), то есть соответствующих услуг 43 класса МКТУ, в которых реализуется кофе в стаканчиках с заявленной маркировкой, то есть также и товаров «кофе». Доказательств активного, длительного и интенсивного использования заявленного обозначения для услуг 35

класса МКТУ, а также для маркировки товаров 30 класса МКТУ (кроме кофе) не представлено.

Договоры, касающиеся участия в выставках (6), а также часть материалов, относящихся к арене и планировочным решениям кафе (29), (31), (36), (37), (39) – (43), (46), касаются периода после 31.10.2018, поэтому не относятся к доказательствам приобретения заявленным обозначением различительной способности.

Публикации в сети Интернет (3), (15) являются косвенным подтверждением функционирования кафе (кофейни), однако эти данные проиллюстрированы также иными материалами – копиями договоров аренды (субаренды) помещений, выдержками из рабочей документации – планировочных решений кафе.

С учетом изложенного, коллегия считает недоказанным факт интенсивности использования обозначения, значительном объеме реализации товаров/услуг, маркированных заявленным обозначением, о длительности и интенсивности рекламы, которые позволили бы сформулировать вывод о действительно широкой информированности потребителей о заявленном обозначении и заявителе как изготовителе товаров/услуг, им маркированных.

Таким образом, представленная заявителем совокупность фактических сведений, не свидетельствует о приобретении заявленным обозначением различительной способности.

Что касается опроса потребителей, то его результаты не позволяют сделать вывод о том, что заявленное обозначение воспринималось респондентами на 31.10.2018 в качестве товарного знака одного лица. Так, на странице 12 заключения (1) представлена диаграмма с ответами потребителей на вопросы анкеты №№ 5 и 19 следующего содержания:

№ 5 – Как Вы полагаете, возможно ли по данному обозначению определить компанию, использующую его для маркировки своих товаров и услуг, или нет?

**ONE PRICE
COFFEE**

№ 19 – Если бы в 2018 году в любой из дней, например, 31 октября, Вас

**ONE
PRICE
COFFEE**

спросили: «Как Вы полагаете, возможно ли по данному обозначению определить компанию, использующую его для маркировки своих товаров и услуг, или нет?», что бы Вы ответили?

Ответы респондентов распределились таким образом, что половина опрошенных сочли возможной индивидуализирующую функцию заявленного обозначения, а половина – нет.

Следовательно, у коллегии отсутствуют основания для отмены решения Роспатента от 17.02.2020.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 17.06.2020, оставить в силе решение Роспатента от 17.02.2020.