

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 30.04.2020 №644/261, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 16.02.2023 возражение, поданное ООО «Тэйсти кофе», г. Ижевск (далее – заявитель), на решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022723709, при этом установила следующее.

Словесное обозначение « **Tasty coffee** » по заявке №2022723709, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 13.04.2022, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 30, 35, 41, 43 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Роспатентом 10.11.2022 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2022723709 в отношении всех услуг 41 класса МКТУ, при этом в отношении всех заявленных товаров и услуг 30, 35, 43 классов МКТУ правовая охрана не была предоставлена. Основанием для принятия решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому знак не соответствует требованиям пункта 1 (3) статьи 1483 Кодекса.


Указанное решение обосновано тем, что заявленное обозначение «tasty coffee» в совокупности своих элементов («Tasty» - вкусный, «Coffee» - кофе, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/muller/1042974>) имеет определенное семантическое значение «вкусный кофе» и указывает на вид, свойства и назначение заявленных товаров и услуг классов МКТУ, ввиду чего не обладает различительной способностью и не подлежит правовой охране на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Так как заявленное обозначение состоит только из неохраноспособных элементов, оно не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду его несоответствия положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Заявителем не были представлены документы, свидетельствующие о том, что заявленное обозначение приобрело различительную способность в отношении заявленных товаров и услуг 30, 35, 43 классов МКТУ.

Вместе с тем, экспертизой было принято во внимание то обстоятельство,



что заявитель является правообладателем товарного знака «» по свидетельству №746348, зарегистрированного в отношении услуг 41 класса МКТУ «академии [обучение]; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; переподготовка профессиональная; проведение экзаменов; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; развлечение гостей; составление программ встреч [развлечение]» без выведения из правовой охраны словесных элементов «TASTY COFFEE», ввиду чего заявленное обозначение было зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении услуг 41 класса МКТУ «академии [обучение]; издание книг;

исследования в области образования; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация развлекательных мероприятий; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передача знаний и ноу-хау в сфере бизнеса [обучение]; передача ноу-хау [обучение]; переподготовка профессиональная; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; проведение развлекательных мероприятий; проведение экзаменов; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; развлечения; составление программ встреч [развлечение]; услуги образовательно-воспитательные; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]».

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 16.02.2023 заявитель выражает несогласие с решением Роспатента от 10.11.2022, при этом его основные доводы сводятся к следующему:

- заявленное обозначение приобрело различительную способность в результате его интенсивного использования заявителем;

- заявленное обозначение неоднократно упоминалось в социальных сетях и видеороликах таких известных блогеров как Юрий Дудь, Илья Варламов, Алексей Пивоваров и других. Общее количество подписчиков данных блогеров составляет 7 миллионов человек;

- заявителем приводятся ссылки на упоминание заявленного обозначения в видеороликах и интернет-источниках в период с 30.03.2017 по 15.08.2022;

- также заявитель прикладывает договоры на оказание услуг по рекламе, акты/счета (приложения №№1-17);

- заявителем по тексту возражения приводятся ссылки на интервью сотрудников ООО «Тэйсти кофе»;

- сотрудники компании ежегодно принимают участие в федеральных и региональных конкурсах, занимают призовые места;

- ООО «Тэйсти кофе» имеет огромные обороты, закупает сырьё для производства различных видов кофе в промышленных масштабах для реализации как на территории Российской Федерации, так и в странах Таможенного союза (приложения №№18-30);

- продукция заявителя не продается напрямую в ритейле, только через посредников (например, на торговой площадке Ozon);

- в настоящее время заявитель ежемесячно отгружает кофе более 2000 оптовым клиентам по всей территории Российской Федерации и в страны Таможенного союза (Казахстан, Армения, Туркменистан, Беларусь) (приложения №№31-45);

- у заявителя есть собственная кофейня, о которой подробно можно прочитать на сайте <https://t.me/tastycoffeeplace>;

- ежегодный доход компании от реализации товаров под брендом TASTY COFFEE составляет более 1 миллиарда рублей (приложение №46 - налоговая декларация за 2021 год);

- таким образом, заявитель полагает, что заявленное обозначение приобрело различительную способность и может быть зарегистрировано в качестве товарного знака.

На основании вышеизложенного заявитель просит изменить решение Роспатента от 10.11.2022 и принять решение о государственной регистрации за-

явленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 30, 35, 41, 43 классов МКТУ.

К возражению заявителем были приложены следующие материалы:

1. Договор на рекламу от 03.08.2022;
2. Договор на рекламу от 15.03.2021;
3. Договор №2020-0306 от 06.03.2020;
4. Договор №2020-1208_2 от 12.08.2020;
5. Договор №ПС2022-КСД от 08.08.2022;
6. Договор №26082020 от 26.08.2020;
7. Договор №202205-06 от 06.05.2022;
8. АКТ №4 от 25.08.2022;
9. АКТ №57 от 14.05.2020;
10. АКТ №514 от 15.05.2021;
11. АКТ №220519001 от 19.05.2022;
12. АКТ об оказании услуг №36 от 15.06.2022;
13. УПД №433Б-1 от 31.03.2021;
14. Счет №3 от 08.08.2022;
15. Счет №37 от 06.03.2020;
16. Счет-договор Лядов_Tasty Coffee;
17. Счет-фактура №220519001 от 19.05.2022;
18. Договор поставки №ДП-11-07-2018 от 11.07.2018;
19. УПД по договору поставки №ДП-11-07-2018;
20. Договор поставки №97 от 02.06.2014;
21. УПД по договору поставки №97;
22. Договор поставки №CR-00-18-066 от 26.10.2018;
23. УПД_1 по договору №CR-00-18-066;
24. УПД_2 по договору №CR-00-18-066;
25. Договор КП от 04.10.11 №039290-5-11-76;
26. УПД_1 по договору №039290-5-11-76;
27. УПД_2 по договору №039290-5-11-76;

28. УПД_3 по договору №039290-5-11-76;
29. УПД_4 по договору №039290-5-11-76;
30. УПД_5 по договору №039290-5-11-76;
31. Договор поставки (Киргизия) №ТК-013470 от 14.12.2021;
32. УПД по договору №ТК-013470;
33. Договор поставки (Россия) №ТК-014720 от 25.04.2022;
34. УПД_1 по договору №ТК-014720 от 25.04.2022;
35. УПД_2 по договору №ТК-014720 от 25.04.2022;
36. УПД_3 по договору №ТК-014720 от 25.04.2022;
37. Договор поставки (Армения) №ТК-012125 от 18.06.2021;
38. УПД по договору поставки №ТК-012125 от 18.06.2021;
39. Договор поставки (Казахстан) №ТК-013334 от 25.11.2021;
40. УПД_1 по договору поставки №ТК-013334 от 25.11.2021;
41. УПД_2 по договору поставки №ТК-013334 от 25.11.2021;
42. Договор поставки (Туркменистан) №ТК-014869 от 11.05.2022;
43. УПД по договору поставки №ТК-014869 от 11.05.2022;
44. Договор поставки (Беларусь) №ТК-009440 от 22.06.2020;
45. УПД по договору поставки №ТК-009440 от 22.06.2020;
46. Налоговая декларация за 2021 год;
47. Решение Роспатента от 10.11.2022.

При подготовке к рассмотрению возражения были выявлены дополнительные обстоятельства, препятствующие регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака.

К указанным обстоятельствам относится то, что заявленное обозначение «tasty coffee» в силу своего семантического значения (вкусный кофе) способно ввести потребителя в заблуждение в отношении вида и свойств части товаров 30 класса МКТУ «ароматизаторы ванили для кулинарных целей; ароматизаторы для кондитерских изделий, за исключением эфирных масел; ароматизаторы для напитков, за исключением эфирных масел; ароматизаторы пищевые, кроме эфирных масел; ванилин [заменитель ванили]; заменители какао; заменители кофе;

заменители кофе растительные; заменители чая; какао; напитки какао-молочные; напитки на базе какао; напитки чайные; чаи травяные», не относящихся к кофе, то есть заявленное обозначение не соответствует положениям пункта 3 статьи 1483 Кодекса в отношении части товаров 30 класса МКТУ.

Коллегия отмечает, что выявление новых обстоятельств, препятствующих регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, предусмотрено пунктом 45 Правил ППС. Возможность выдвижения новых обстоятельств, препятствующих регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, также была подтверждена судебной практикой (решение Суда по интеллектуальным правам от 29.11.2021 по делу №СИП-668/2021).

Указанные выше дополнительные обстоятельства были оглашены на заседании коллегии 19.04.2023 и занесены в соответствующую графу протокола членами коллегии. Заявителю была предложена возможность предоставить свои письменные пояснения по поводу дополнительных обстоятельств, выявленных коллегией при подготовке к рассмотрению возражения, однако, он отказался от такой возможности и оставил этот вопрос на усмотрение коллегии, что было отражено в соответствующей графе протокола заседания от 19.04.2023.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия установила следующее.

С учетом даты (13.04.2022) поступления заявки №2022723709 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 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.

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

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 настоящей статьи 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 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно положениям пункта 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.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 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.

В соответствии с подпунктом 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.

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 обозначение по заявке №2022723709 представляет собой сло-

весное обозначение « **Tasty coffee** », выполненное стандартным шрифтом за-

главной и строчными буквами латинского алфавита. Правовая охрана заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров и услуг 30, 35, 41, 43 классов.

Как было указано выше, решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2022723709 в отношении всех заявленных товаров и услуг 30, 35, 43 классов МКТУ основано на несоответствии заявленного обозначения положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Вместе с тем, при подготовке к рассмотрению возражения коллегией были выявлены дополнительные обстоятельства, препятствующие регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака. В частности, коллегией было установлено, что заявленное обозначение «tasty coffee» в силу своего семантического значения (вкусный кофе) способно ввести потребителя в заблуждение в отношении вида и свойств части товаров 30 класса МКТУ «ароматизаторы ванили для кулинарных целей; ароматизаторы для кондитерских изделий, за исключением эфирных масел; ароматизаторы для напитков, за исключением эфирных масел; ароматизаторы пищевые, кроме эфирных масел; ванилин [заменитель ванили]; заменители какао; заменители кофе; заменители кофе растительные; заменители чая; какао; напитки какао-молочные; напитки на базе какао; напитки чайные; чаи травяные», не относящихся к кофе, то есть заявленное обозначение не соответствует положениям пункта 3 статьи 1483 Кодекса в отношении части товаров 30 класса МКТУ.

Анализ заявленного обозначения « **Tasty coffee** » на предмет его соответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

В состав заявленного обозначения входит словесный элемент «tasty», который является лексической единицей английского языка и переводится на русский язык как «вкусный» (<https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/англо-русский/tasty>). Кроме того, в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «coffee», который также является лексической единицей английского

языка и в переводе на русский язык обозначает «кофе» (<https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/англо-русский/coffee>). Таким образом, заявленное обозначение, в совокупности своих словесных элементов, может быть переведено на русский язык как «вкусный кофе». С учётом своего семантического значения заявленное обозначение будет указывать на вид части товаров 30 класса МКТУ «ароматизаторы кофейные; капсулы кофейные, заполненные; кофе; кофе-сырец; напитки кофейно-молочные; напитки кофейные», а именно на то, что данные товары относятся к кофе.

Вместе с тем, заявленное обозначение будет указывать на назначение части услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства рекламные; демонстрация товаров; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; написание рекламных текстов; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат торговых автоматов; публикация рекламных текстов; распространение образцов; распространение рекламных материалов; реклама; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]», направленных на продвижение товаров, а именно на продажу кофе (то есть товары и услуги 30, 35 классов МКТУ являются сопутствующими и однородными друг другу). Под продвижением товаров следует понимать совокупность мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличение их сбыта, расширения рыночного поля товаров.

Вместе с тем необходимо констатировать, что к вышеуказанному роду услуг можно отнести также информационные услуги в сфере бизнеса, приведенные в перечне 35 класса МКТУ, поскольку деловая информация – это сведения о финансовой стороне деятельности предприятия, планы деятельности и развития предприятия, то есть широкий спектр информации, так или иначе связанной с ведением бизнеса, в частности, представляемой производителям товаров и услуг в целях эффективной организации их коммерческой деятельности, а также потребителям товаров и услуг, в целях оптимального выбора производителей товаров и услуг для вложения средств, а, следовательно, продвижение товаров и создание их широкой известности являются назначением услуг, связанных с предоставлением деловой информации. Размещение информации о товарах также имеет своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования и может рассматриваться как реклама этого товара.

Маркетинговые исследования, услуги по изучению рынка и т.п. услуги представляют собой анализ данных, позволяющих получить информацию, необходимую для успешной разработки, производства и доведения до покупателя товаров и услуг, предоставляющих для него ценность (<http://www.glossary.ru>).

Целью маркетинговых исследований является помощь предприятию по определению возможности массового производства товаров или услуг, по установлению иерархии характеристик товаров или услуг, способных обеспечить успех на рынке, по проведению анализа типологий и мотиваций имеющейся потенциальной клиентуры, по определению цены и оптимальных условий продажи товаров и услуг.

Данная правовая позиция отражена, в частности, в решении Суда по интеллектуальным правам от 16.07.2018 по делу №СИП-469/2017.

Посредническая деятельность реализуется по договорам поручения, комиссии, агентским. Целью таких услуг является выполнение определенных действий по поручению и за счет другой стороны. Чаще всего поручение касается купли-

продажи товаров, что позволяет отнести посредническую деятельность также и к деятельности по продвижению товаров третьих лиц.

Таким образом, услуги 35 класса МКТУ «анализ себестоимости; изучение рынка; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации профессиональные в области бизнеса; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; оценка коммерческой деятельности; помощь в управлении бизнесом; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; пресс-службы; проведение коммерческих мероприятий; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; телемаркетинг; управление бизнесом временное; управление потребительской лояльностью; услуги в области общественных отношений; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» также могут соотноситься с услугами по продвижению товаров, следовательно, заявленное обозначение будет указывать и на их назначение (в целях реализации кофейной продукции).

Что касается заявленных услуг 43 класса МКТУ «закусочные; информация и консультации по вопросам приготовления пищи; кафе; кафетерии; прокат кухонного оборудования; прокат мебели, столового белья и посуды; прокат осветительной аппаратуры; прокат передвижных строений; рестораны; рестораны самообслуживания; украшение еды; украшение тортов; услуги баров; услуги личного

повара; услуги по обзору продуктов питания [предоставление информации о пищевых продуктах и напитках]; услуги по приготовлению блюд и доставке их на дом; услуги ресторанов с едой на вынос; услуги столовых», то данные услуги относятся к услугам по обеспечению питанием и напитками, ввиду чего заявленное обозначение «tasty coffee» будет указывать, собственно, на их определенные свойства, а именно на приготовление в соответствующих заведениях общественного питания (ресторанах и т.п.) различных напитков на основе кофе (эспрессо, раф, американо, кортадо, капучино и т.д.).

Таким образом, для части заявленных товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ (перечни приведены по тексту решения выше) и для всех испрашиваемых услуг 43 класса МКТУ заявленное обозначение «tasty coffee» не обладает различительной способностью и должно оставаться свободным для использования иными лицами в гражданском обороте.

Так как заявленное обозначение состоит только из неохраноспособных элементов, оно не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака ввиду его несоответствия положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Что касается материалов, представленных заявителем в качестве подтверждения приобретения заявленным обозначением различительной способности, то они не позволяют прийти к выводу, что до даты приоритета заявки №2022723709 заявленное обозначение воспринималось как знак маркировки товаров и услуг 30, 35, 43 классов МКТУ, оказываемых заявителем.

В отношении доводов заявителя о том, что им приводятся ссылки на упоминания заявленного обозначения в видеороликах и интернет-источниках в период с 30.03.2017 по 15.08.2022, коллегия отмечает, что из приведенных заявителем источников невозможно прийти к выводу о том, какое количество потребителей их просмотрело на дату приоритета заявленного обозначения (13.04.2022). Это же замечание касается и иных сведений о рекламе, представленных заявителем (приложения №№1-17): нет сведений о том, какой процент потребителей знаком

с заявленным обозначением и на какой территории данная реклама распространялась).

Коллегия отмечает, что ряд представленных документов (приложения №№31, 32, 37-45) касается распространения товаров на территории иных государств (Киргизия, Беларусь, Туркменистан, Казахстан), в то время как охрана заявленному обозначению испрашивается на территории Российской Федерации, то есть данные документы не могут быть приняты в качестве доказательства приобретения различительной способности заявленного обозначения на территории Российской Федерации.

В отношении представленных заявителем договоров поставок на территории Российской Федерации (приложения №№18, 20, 22, 25, 33) и универсально-передаточных актов к данным договорам (приложения №№19, 21, 23, 24, 26-30, 34-36) коллегия отмечает, что исходя из текста данных документов ООО «Тейсти кофе» выступало в качестве покупателя, а не в качестве продавца продукции. Таким образом, данные материалы также не могут свидетельствовать о том, что заявленное обозначение приобрело различительную способность.

Представленная заявителем налоговая декларация за 2021 год (приложение №46) не содержит в себе изображение заявленного обозначения, в связи с чем не может рассматриваться коллегией в качестве доказательства приобретения различительной способности заявленным обозначением.


Каких-либо социологических исследований, в том числе опроса общественного мнения, позволяющего оценить известность российскому потребителю заявленного обозначения как средства индивидуализации товаров и услуг заявителя представлено не было.

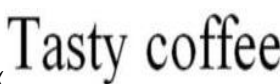
На основании вышеизложенных фактов, нельзя сделать вывод о том, что обозначение « **Tasty coffee** » широко известно среднему российскому потребителю и длительно используется заявителем на территории всей Российской Федерации.

При указанных обстоятельствах у коллегии отсутствуют основания считать неправомерным вывод Роспатента о том, что заявленное обозначение противоречит требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в отношении части товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ, а также всех услуг 43 класса МКТУ.

Коллегией также было принято во внимание то обстоятельство, что заяви-



телю принадлежат исключительные права на товарный знак «» по свидетельству №746348, правовая охрана которому предоставлена, в том числе, в отношении товаров и услуг 30, 35, 43 классов МКТУ с выведением из самостоятельной правовой охраны словесных элементов «TASTY COFFEE». Таким образом, отказ в регистрации заявленного обозначения в отношении части товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ, а также в отношении всех услуг 43 класса МКТУ не будет нарушать принцип законных ожиданий заявителя о регистрации его товарного знака в заявленном объеме требований.

Анализ заявленного обозначения «» на предмет его соответствия требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение «tasty coffee» в силу своего семантического значения (вкусный кофе) способно ввести потребителя в заблуждение в отношении вида и свойств части товаров 30 класса МКТУ «ароматизаторы ванили для кулинарных целей; ароматизаторы для кондитерских изделий, за исключением эфирных масел; ароматизаторы для напитков, за исключением эфирных масел; ароматизаторы пищевые, кроме эфирных масел; ванилин [заменитель ванили]; заменители какао; заменители кофе; заменители кофе растительные; заменители чая; какао; напитки какао-молочные; напитки на базе какао; напитки чайные; чаи травяные», не относящихся к кофе, то есть заявленное обозначение не соответствует положениям пункта 3 статьи 1483 Кодекса в отношении части товаров 30 класса МКТУ.

Согласно информационной справке, подготовленной по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации, одно и то же обозначение может в отношении одних товаров/услуг быть признано описательным, в отношении других – ложным, в отношении третьих – фантазийным, при этом предполагаемая ложная ассоциация обозначения относительно конкретных товаров и услуг, не обладающая признаками правдоподобности, сама по себе придает обозначению фантазийный характер. Регистрация таких обозначений возможна (аналогичная правовая позиция высказана в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 30.03.2015 по делу № СИП-837/2014 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 27.07.2015 № 300-ЭС15-7749 в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано) и от 28.03.2016 по делу № СИП-339/2015).

Коллегия отмечает, что регистрация заявленного обозначения также испрашивалась в отношении услуг 35 класса МКТУ «бюро по найму; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению персоналом; тестирование психологическое при подборе персонала; управление деятельностью внештатных сотрудников», которые, по общему правилу, не относятся к услугам по продвижению товаров, а представляют собой услуги по подбору персонала (специализированная деятельность, функция HR, направленная на поиск и подбор кандидатов на вакантные позиции в организации - на современном рынке труда существует инфраструктура рекрутмента, которая включает специализированные агентства по поиску и подбору кандидатов - рекрутинговые агентства, предоставляющие платные услуги работодателю, и агентства по трудоустройству, предоставляющие платные услуги для кандидатов. (https://ru.wikipedia.org/wiki/Подбор_персонала)). Коллегия полагает, что в отношении данных услуг заявленное обозначение «tasty coffee» будет являться фанта-

зийным (например, кадровое агентство «tasty coffee» звучит несколько иронично, однако, может только обращать внимание заявителей на своё название), не будет указывать на назначение услуг, либо вводить потребителя в заблуждение по поводу их назначения. Следовательно, заявленное обозначение может быть зарегистрировано для узкого перечня услуг 35 класса МКТУ «бюро по найму; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению персоналом; тестирование психологическое при подборе персонала; управление деятельностью внештатных сотрудников».

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

удовлетворить возражение, поступившее 16.02.2023, изменить решение Роспатента от 10.11.2022 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2022723709.