

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 г. № 644/261, рассмотрела поступившее 28.08.2024 возражение Индивидуального предпринимателя Залешина Евгения Евгеньевича, Москва (далее – заявитель) на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023798799, при этом установила следующее.



Регистрация обозначения «» в качестве товарного знака по заявке №2023798799 с датой поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности от 16.10.2023 испрашивалась на имя заявителя в отношении товаров и услуг 11, 31, 32 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Решение Роспатента от 09.08.2024 об отказе в государственной регистрации товарного знака было принято на основании его несоответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Указанное несоответствие обосновано следующими доводами.

Включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент «BEER COMPANY» (BEER COMPANY - пер. с английского языка «ПИВНАЯ КОМПАНИЯ»). См. Интернет-переводчики: <https://translate.google.com>, <https://translate.yandex.ru>. ПИВНАЯ – прил. к слову ПИВО. ПИВО - пенистый

напиток из ячменного солода и хмеля с небольшим содержанием алкоголя. КОМПАНИЯ - торговое или промышленное предприятие, торгово-промышленное объединение предпринимателей. См. Интернет-словарь: <http://dic.academic.ru/> - «Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992 г.» в силу своего семантического значения является неохраняемым элементом, так как не обладает различительной способностью, поскольку характеризует заявленные товары 11, 31, 32 классов МКТУ, указывает на назначение товаров и на видовое наименование предприятия.

Также в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «ZALESHIN», который является транслитерацией русского слова «ЗАЛЕШИН» и воспроизводит распространенную на территории Российской Федерации фамилию (См. Интернет-словари: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/lastnames/655> - «Словарь русских фамилий»; «Энциклопедия русских фамилий. Тайны происхождения и значения.» Ведина Т.Ф., М.: АСТ, 2008 г.»; см. Интернет, например: 1) <https://famiry.ru/database/surnames/zaleshin>; 2) <https://onomastikon.ru/proishogdenie-familii-zaleshin.htm> ; 3) <https://lastnames.myheritage.com/last-name/залешин?lang=RU>), в связи с чем не обладает различительной способностью.

Заявитель выразил свое несогласие с данным решением в поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) возражении, доводы которого сводятся к следующему:

- заявитель не согласен с мнением экспертизы о том, что входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «ZALESHIN» не обладает различительной способностью, относится к неохраняемым элементам, поскольку воспроизводит распространенную на территории Российской Федерации фамилию;

- анализ ссылок экспертизы показал, что две первые ссылки не содержат фамилии Залешин, две следующие ссылки представляют собой Интернет-ресурс, который содержит в себе информацию о версиях происхождения фамилии «Залешин» и её значении, но не содержит сведений, свидетельствующих о распространенности таковой фамилии на территории Российской Федерации. Также

данный сервис не позволяет установить достоверность представленной информации, поскольку каких-либо подтверждающих источников в нем не указано. При этом в данной ссылке указано, что «фамилия Залешин является достаточно редкой и уникальной». В данной статье указано, что «фамилия Залешин, можно утверждать, является редкой на территории России и соседних стран», «сия фамилия сохранила свое индивидуальное происхождение и является уникальной», что противоречит выводам эксперта;

- пятая ссылка это Интернет-ресурс, в котором пользователи указывают воспоминания о своих членах семьи, что также не подтверждается никакими документами. По поиску людей с фамилией «Залешин» на данном сервисе было выявлено всего 173 результатов поиска (см. Приложение № 8), что с населением по состоянию на 01.01.2023 г. в Российской Федерации в 146 447 424 человека является минимальным показателем распространенности данной фамилии (составляет 0,00012%). При этом в качестве местонахождения всех этих людей не указана однозначно территория Российской Федерации, что не позволяет сделать вывод об их проживании в России. Никакой иной информации, на основании которой эксперт Роспатента пришел к выводу о принадлежности фамилии «ЗАЛЕШИН» к распространенным на территории Российской Федерации, представлено не было;

- исследование, проведенное доктором филологических наук, заведующим отделом этимологии и ономастики Института русского языка им. В. В. Виноградова РАН (Москва), А.Ф. Журавлёвым отражает в себе распространенные русские фамилии и частотность их распространения. В данном списке также не содержится фамилия «Залешин» (см. Приложение № 9). В первые топ 25 входят фамилии: Иванов, Смирнов, Кузнецов, Попов, Васильев, Петров, Соколов, Михайлов, Новиков, Фёдоров, Морозов, Волков, Алексеев, Лебедев, Семёнов, Егоров, Павлов, Козлов, Степанов, Николаев, Орлов, Андреев, Макаров, Никитин, Захаров. Фамилии «Залешин» в данном исследовании не содержится.

- исследование, проведенное филологом-русистом, Б.О. Унбегауном, отражает 100 самых распространенных фамилий, свидетельствует о том, что в топ 25

фамилий входят: Иванов, Васильев, Петров, Смирнов, Михайлов, Фёдоров, Соколов, Яковлев, Попов, Андреев, Алексеев, Александров, Лебедев, Григорьев, Степанов, Семёнов, Павлов, Богданов, Николаев, Дмитриев, Егоров, Волков, Кузнецов, Никитин, Соловьёв. Фамилии «Залешин» в данном исследовании также не содержится;

- подобное исследование было проведено русским генетиком и антропологом Еленой Балановской, названное «Фамильные портреты пяти русских регионов», по результатам которого было проанализировано 15 тысяч русских фамилий. В результате исследователи составили список из 250 общерусских фамилий. Фамилии «Залешин» в данном исследовании не содержится.

- исследование, проведенное кандидатом социологических наук, младшим научным сотрудником Института демографии НИУ ВШЭ, Валерием Валерьевичем Юмагузиным в 2019 г., которое охватило анализ 400 тысяч различных фамилий и также в качестве распространенной (популярной) не выявило фамилии «Залешин» (см. Приложение № 10);

- вышеупомянутые исследования свидетельствуют о том, что фамилия «Залешин» не входит в перечень распространенных фамилий и часто встречающихся, является редкой и довольно аутентичной, что позволяет говорить о наличии различительной способности словесного элемента «ZALESHIN». Помимо этого, практика Роспатента позволяет сделать вывод о том, что ведомство регистрирует обозначения в качестве товарных знаков, содержащие в себе в качестве доминирующих элементов фамилии заявителей (см. Приложение № 11).

- также заявитель обращает внимание на практику Суда по интеллектуальным правам, которая говорит о том, что Роспатент при отказе в регистрации обозначения, представляющего собой фамилию, в качестве товарного знака, должен предоставить информацию, позволяющую сделать вывод о принадлежности данной фамилии «многочисленным равноправным носителям этой фамилии». Также Роспатент должен устанавливать известность в Российской Федерации соответствующего обозначения, прежде всего, среди адресной группы потребителей

конкретных услуг/товаров, так как правовое значение имеет степень его известности и наличие факторов, способных оказывать влияние на формирование у потребителей ассоциативных представлений, образов, связанных с рассматриваемым обозначением, в том числе из-за широко распространенной практики использования фамилий известных людей для регистрации товарных знаков;

- заявитель ведет узкоспециализированную деятельность по предоставлению продукции для пивоварения собственного производства. Данная деятельность ведется заявителем давно и по всей России. При поиске в сети «Интернет» слова «zaleshin» первым в результате поиска выдает страницу с сайтом, который принадлежит заявителю <https://www.zaleshin.com/> (см. Приложение № 12, 17,18). В отношении адресной группы потребителей, продукция с заявленным обозначением является известной и обладающей различительной способностью ввиду её узкоспециализированности. Под данным брендом предлагаются уникальные наборы для пивоварения. Zaleshin Beer Company — это первое комплексное решение для домашнего пивоварения в небольшом объеме. В наборе собрано все необходимое для приготовления пива дома.

- в мире пивоварения — это революционный продукт, так как традиционно пивоварение предполагает объемы в 25-30 литров, и только ограниченное количество людей могло погрузиться в это хобби. Под этим брендом сейчас выпускаются три набора для пивоварения с разными вкусами, а также три набора ингредиентов. Планируется постоянное расширение ассортимента различных вкусов. Данный продукт продается по всей России через маркетплейсы: OZON, Yandex Market, Wildberries. Также наборы представлены в интернет-магазинах подарков и в сети магазинов элитной алкогольной продукции «Алко Плаза». На продвижение бренда на маркетплейсах ежеквартально тратится порядка 250 тысяч рублей. При этом эта статья расходов постоянно увеличивается.

- помимо этого, заявителем предложена на регистрацию не просто фамилия «Залешин», а комбинированное обозначение, выполненное в оригинальном

графическом стиле, запоминающееся и акцентное, что позволяет его идентифицировать среди остальных обозначений;

- экспертом Роспатента не были приведены основания, позволяющие сделать вывод о том, что фамилия «ЗАЛЕШИН» является распространенной на территории Российской Федерации в отношении адресной группы потребителей товаров, заявляемых на регистрацию, в связи с чем отказ в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака является неправомерным. При этом заявитель согласен с указанием словесного элемента «BEER COMPANY» в качестве неохраняемого элемента.

На основании изложенного в возражении выражена просьба о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке №2023798799 в отношении заявленного перечня товаров.

Приложение:

1. Перечень товаров, заявленных на регистрацию по заявке № 2023798799, на 1 л. в 1 экз.;
2. Копия решения об отказе в государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания, коллективного знака), на 7 л. в 1 экз.;
3. Скриншот № 1, на 1 л. в 1 экз.;
4. Скриншот № 2, на 1 л. в 1 экз.;
5. Скриншот № 3, на 1 л. в 1 экз.;
6. Скриншот № 4, на 1 л. в 1 экз.;
7. Скриншот № 5, на 1 л. в 1 экз.;
8. Скриншот № 5, на 1 л. в 1 экз.;
9. Скриншот № 6, на 1 л. в 1 экз.;
10. Скриншот № 7, на 1 л. в 1 экз.;
11. Перечень зарегистрированных товарных знаков, содержащих в себе фамилии заявителей в качестве доминирующих элементов, на 1 л. в 1 экз.;

12. Скриншот № 8, на 1 л. в 1 экз.;

13. Копия доверенности на представителя, на 1 л. в 1 экз.;

14. Копия квитанции об уплате госпошлины, на 1 л. в 1 экз.

15. Копия паспорта представителя, на 3 л. в 1 экз.;

16. Согласие представителя на обработку персональных данных, на 1 л. в 1 экз.;

17. Скриншот № 9, на 1 л. в 1 экз.;

18. Скриншот № 10, на 1 л. в 1 экз.

В дополнение к возражению заявителем представлены пояснения и материалы об использовании заявленного обозначения, а также уточненный перечень испрашиваемых товаров.

Уточненный перечень испрашиваемых товаров следующий:

11 класса МКТУ - машины для приготовления пива бытовые электрические;

31 класса МКТУ - солод для пивоварения и винокурения;

32 класса МКТУ - вино ячменное [пиво]; гранулы хмеля для пивоварения; коктейли на основе пива; коктейли на основе пива безалкогольные; пиво; пиво безалкогольное; пиво имбирное; пиво солодовое; порошки для изготовления газированных напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; сусли; сусли пивное; сусли солодовое.

Приложения:

19. Скриншот сайта Заявителя, на 1 л. в 1 экз.;

20. Скриншот- Видео-обзор на продукцию Заявителя с YouTube-канала «С Миру по Пиву!», на 1 л. в 1 экз.;

21. Скриншот - Статья-обзор на продукцию Заявителя с Яндекс:Дзен-канала «С Миру по Пиву!» , на 1 л. в 1 экз.;

22. Скриншот - Сообщество Заявителя в Вконтакте, на 1 л. в 1 экз.;

23. Скриншоты - Продукция Заявителя на маркетплейсе Озон, отзывы покупателей , на 4 л. в 1 экз.;

24. Скриншот - Размещение продукции Заявителя на сервисе «Алко плаза»; на 1 л. в 1 экз.;

25. Скриншоты - Продукция Заявителя на маркетплейсе Вайлдбериз на 1 л. в 1 экз.;

26. Скриншоты - Поисковая страница Яндекс.Браузера, на 2 л. в 1 экз.;

27. Скриншот - Поисковая страница Google Chrome, на 1 л. в 1 экз.;

28. Скриншот - Сайт Яндекс.Метрика с общими показателями по просмотрам, визитов и посетителей, на 1 л. в 1 экз.;

29. Скриншот - Личный кабинет Заявителя в Яндекс.Маркет.Бизнес с показателями просмотров продукции Заявителя с 01.01.2024 по 14.10.2024, на 1л. в 1 экз.;

30. Скриншоты - Сайт Ozon Seller с показателями просмотров товаров Заявителя на разные периоды, на 4 л. в 1 экз.;

31. Скришот - Сайт Вайлдбериз с показателями просмотров товара Заявителя, по ключевым словам, за весь период продаж, на 1 л. в 1 экз.;

32. Скриншоты - Приложение Точка Маркетплейсы, с диаграммой и таблицей продаж товара Заявителя на разных маркетплейсах, на 2 л. в 1 экз.;

33. Скриншот - Продукция Заявителя, на 1 л. в 1 экз.

Заявителем также были представлены дополнительные пояснения с учетом судебной практики, в том числе с учетом выводов суда по делу №СИП-255/2024, в которых, в частности, указано следующее.

Для обозначений, не обладавших различительной способностью изначально (абзац первый пункта 1 статьи 1483 Кодекса), т.е. изначально не способных индивидуализировать конкретный товар или услугу среди адресной группы потребителей, достаточно доказать, что в результате использования обозначение

стало индивидуализировать конкретные товары/услуги в глазах потребителей. Большого не требуется для отпадения публичного интереса в отказе в регистрации товарного знака. В подобном случае интересы публики оказываются незатронутыми, так как адресная группа потребителей начинает связывать конкретное обозначение именно с конкретным источником происхождения (одним лицом (аффилированными лицами)).

Заявителем намеренно ограничен объем испрашиваемой правовой охраны в подтверждение приобретенной различительной способности исключительно в отношении заявленных товаров. ИП Залешиным Е.Е. были направлены пояснения от 21 октября 2024 г., в которых содержатся сведения об узнаваемости бренда заявителя, отзывах о его продукции. К данным пояснениям также были приложены скриншоты, подтверждающие, что Залешин Е.Е. ведет деятельность исключительно в узкоспециализированной сфере пивоварения (сайт используется для реализации наборов по приготовлению домашнего пива; на маркетплейсах реализуются также наборы по приготовлению такого напитка; в социальных сетях и различных новостных изданиях публикуются материалы под обозначением «ZALESHIN BEER» исключительно для реализации аналогичных наборов).

В отношении адресной группы потребителей продукция с заявленным обозначением является известной и обладающей различительной способностью ввиду её узкоспециализированности. Под данным брендом предлагаются уникальные наборы для пивоварения. Zaleshin Beer Company — это первое комплексное решение для домашнего пивоварения в небольшом объеме. В наборе собрано все необходимое для приготовления пива дома.

Следовательно, Залешиным Е.Е. доказана представленными материалами приобретенная различительная способность до даты подачи заявки на регистрацию в качестве товарного знака по заявке №2023798799 в отношении сокращенного перечня товаров. При этом отмечено, что на регистрацию заявлено не словесное, а комбинированное обозначение, выполненное в оригинальном графическом стиле, запоминающееся и акцентное, что позволяет его идентифицировать среди

остальных обозначений. Данное графическое исполнение повышает степень различительной способности, что уменьшает вероятность восприятия отдельного элемента обозначения «ZALESHIN» в качестве фамилии.

Следовательно, в отличие от обозначения в судебном деле №СИП-255/2024 обозначение заявителя не является простой транслитерацией фамилии «Залешин».

На основании изложенного заявителем выражена просьба о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака по заявке №2023798799 в отношении скорректированного перечня товаров.

Изучив материалы дела и заслушав участвующих, коллегия установила следующее.

С учетом даты (16.10.2023) поступления заявки на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 2015 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта.

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

В ходе экспертизы заявленного обозначения устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не обладающим различительной способностью или состоящим только из элементов, указанных в пункте 1 статьи 1483 Кодекса (пункт 34 Правил). 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.

Исходя из требований пункта 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 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 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.



Заявленное обозначение «» представляет собой комбинированный товарный знак, состоящий из словесных элементов «ZALESHIN» и «BEER COMPANY», выполненных буквами латинского алфавита, причем элемент «ZALESHIN» выполнен оригинальным шрифтом буквами разного размера белого цвета на фоне черного прямоугольника.

Государственная регистрация товарного знака испрашивается для товаров 11, 31 и 32 классов МКТУ, а именно:

11 - машины для приготовления пива бытовые электрические;

31 - солод для пивоварения и винокурения;

32 - вино ячменное [пиво]; гранулы хмеля для пивоварения; коктейли на основе пива; коктейли на основе пива безалкогольные; пиво; пиво безалкогольное; пиво имбирное; пиво солодовое; порошки для изготовления газированных напитков; смеси сухие на основе крахмала для приготовления напитков; сусла; сусло пивное; сусло солодовое.

Словесный элемент «BEER COMPANY» является неохраняемым элементом обозначения на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, так как не обладает различительной способностью, что в возражении не оспаривается.

Решение Роспатента об отказе в государственной регистрации товарного знака оспаривается в части его несоответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса ввиду отсутствия различительной способности у словесного элемента «ZALESHIN».

Как указано экспертизой, обозначение «ZALESHIN» представляет собой транслитерацию распространенной русской фамилии ЗАЛЕШИН. Тот факт, что обозначение «ZALESHIN» является латинской транслитерацией русской фамилии, в возражении не оспаривается.

Вместе с тем, заявитель в возражении отмечает, что источники информации, на которые даны ссылки в заключении по результатам экспертизы, не могут служить подтверждением широкой распространенности фамилии ЗАЛЕШИН, поскольку в них отсутствуют статистические сведения о частоте встречаемости этой фамилии и ее территориальном распространении в Российской Федерации.

Согласно сведениям из сети Интернет (<https://famiry.ru/database/surnames/zaleshin>; <http://onomastikon.ru/proishogdenie-familii-zaleshin.htm>) фамилия ЗАЛЕШИН относится к малораспространенной на территории России. Более того, на приведенных экспертизой сайтах указано, что фамилия Залешин является достаточно редкой и уникальной. Как указано в возражении, поиск людей с фамилией «ЗАЛЕШИН» на сервисе <https://lastnames.myheritage.com/last-name/залешин?lang=RU> выявил всего 173 результата поиска, что с населением по состоянию на 01.01.2023 г. в Российской Федерации в 146 447 424 человека является минимальным показателем распространенности данной фамилии (составляет 0,00012%). Эта фамилия не входит в список 250 самых популярных российских фамилий (https://pikabu.ru/story/spisok_samyikh_populyarnyikh_rossiyskikh_familiy_5492218). Данное исследование было проведено в нескольких регионах страны по данным паспортных столов из списка 15 тыс. фамилий. Фамилия Залешин также не входит в список 10000 самых частых фамилий (см. <https://www.genofond.ru/genofond.ru/default237f8.html?s=0%26p=56>).

На основании представленных данных действительно нельзя сделать вывод о том, что фамилия «ЗАЛЕШИН» относится к распространенным и часто встречающимся на территории Российской Федерации фамилиям.

Вместе с тем, коллегия отмечает, что восприятие заявленного обозначения в качестве фамилии, как указано, например, в судебном акте по делу №СИП-255/2024, зависит от разных факторов, из которых распространенность фамилии – не единственный фактор, влияющий на восприятие обозначения потребителем.

К числу таких факторов могут быть отнесены, в частности, следующие:

- имеет ли словесный элемент иное значение, раскрытое в словарях, справочниках, энциклопедиях и т.д.;
- структурирован ли словесный элемент, звучит ли он так, как обычно структурируются и звучат фамилии (с учетом традиций словообразования и фонетики);
- имеются ли в заявленном обозначении иные элементы, которые влияют на восприятие или отсутствие восприятия конкретного элемента в качестве фамилии.

Анализ указанных факторов применительно к заявленному обозначению показал, что словесный элемент Залешин/Zaleshin отсутствует в общедоступных словарно-справочных источниках информации, т.е. он не имеет какого-либо дополнительного смыслового значения, кроме русской фамилии. При этом словесный элемент звучит так, как звучат фамилии, соответственно и воспринимается как фамилия.

При этом, если из источников информации следует, что заявленное обозначение является только именем/фамилией (пункт 1 статьи 19 части первой ГК РФ) и не имеет иного значения, раскрытого в словарях, справочниках, энциклопедиях и т.д., то может быть сделан вывод о том, что фамилия не обладает различительной способностью. Данное обстоятельство в рассматриваемом случае само по себе может свидетельствовать о том, что заявленное обозначение не обладает различительной способностью.

При этом исполнение обозначения в латинице буквами белого цвета на фоне черного квадрата не влияет на данный вывод, так как это обозначение остается для потребителя обозначением русской фамилии. Наличие в обозначении

неохраняемого элемента «Beer Company» также не добавляет различительной способности обозначению.

В результате анализа представленных в возражении документов коллегия не смогла прийти к выводу о том, что до даты приоритета заявки №2023798799 заявленное обозначение воспринималось потребителем как товарный знак для маркировки товаров, производимых заявителем.

Заявителем были представлены скриншоты с различных сайтов, в том числе сведения с онлайн-сервисов Ozon, Wildberries, ЯндексМаркет, сведения из социальной сети ВКонтакте, статья на Яндекс Дзене, обзор продукции заявителя, отзывы, а также сведения с сайта заявителя и статистика просмотра страниц заявителя за 2024 год и др.

Между тем, представленные материалы не содержат фактических сведений о длительности и интенсивности использования обозначения «ZALESHIN Beer Company», о территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу и степени информированности потребителей о заявленном обозначении и самом заявителе, в связи с чем они не доказывают факт приобретения заявленным обозначением различительной способности в результате его длительного использования заявителем в своей коммерческой деятельности в качестве средства индивидуализации.

Какие-либо социологические исследования, позволяющие оценить известность российскому потребителю испрашиваемого к регистрации обозначения как средства индивидуализации товаров, заявителем не представлены.

На основании приведенных в возражении сведений нельзя сделать вывод о том, что обозначение «ZALESHIN» широко известно среднему российскому потребителю и длительно используется заявителем на территории всей Российской Федерации.

Таким образом, коллегия пришла к выводу о том, что заявленное обозначение не соответствует требованиям, установленным пунктом 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку в обозначении отсутствуют признаки, необходимые и достаточные для

его идентификации потребителями в качестве средства индивидуализации товаров заявителя.

Коллегией не приняты во внимание ссылки заявителя на иные товарные знаки, поскольку делопроизводство в Роспатенте по каждой заявке ведется отдельно с учетом фактических обстоятельств дела.

Указанные в качестве примеров регистраций товарные знаки отличаются от заявленного обозначения и зарегистрированы в отношении товаров, отличающихся от приведенных в перечне заявки.

Также в материалах дела отсутствуют доказательства, свидетельствующие о том, что обстоятельства, рассматриваемые в рамках настоящего административного дела и имевшие место при регистрации приведенных заявителем товарных знаков, совпадают, в связи с чем нельзя сделать вывод о нарушении Роспатентом принципа единства правоприменительной практики.

Таким образом, оснований для признания обозначения по заявке №2023798799 соответствующим требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса у коллегии не имеется.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 28.08.2024, оставить в силе решение Роспатента от 09.08.2024.