

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 11.08.2025 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ФУЛПРИНТ», Краснодарский край (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023818760, при этом установила следующее.

Обозначение « **ЧАЙ НЕ ВОДКА МНОГО НЕ ВЫПЬЕШЬ** » по заявке №2023818760 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 01.12.2023 на имя заявителя в отношении товаров и услуг 09, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 41 классов Международной классификации товаров и услуг МКТУ (далее - МКТУ), указанных в перечне заявки.

Роспатентом 21.04.2025 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг по причине его несоответствия требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, являющемся неотъемлемой частью оспариваемого решения административного органа, сводятся к тому, что заявленное обозначение «ЧАЙ НЕ ВОДКА МНОГО НЕ ВЫПЬЕШЬ» представляет собой распространенную пословицу (пословица – жанр фольклора),

которая употребляется в значении «отказ от продолжения чаепития, удовлетворение выпитым¹», вследствие чего не обладает различительной способностью.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, указав, что приведенные экспертизой источники информации не подтверждают широкого использования различными лицами спорного обозначения до даты подачи заявки №2023818760 на регистрацию товарного знака в отношении заявленного перечня товаров и услуг, а регистрация заявленного обозначения, представляющего собой фразеологизм, не противоречит законодательству, что подтверждается наличием таких товарных знаков как «Бабье лето», «Всё или ничего», «Деловая колбаса», «Лебединая песня», «От всего сердца», «Ни рыба ни мясо». Заявитель приводит сведения о создании исходного файла, содержащего спорное обозначение, датированного 04.08.2016, т.е. ранее даты приоритета заявленного обозначения, а также сообщает о введении продукции под заявленным обозначением в гражданский оборот и ее реализации посредством торговой площадки «WILDBERRIES»². По мнению заявителя, регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака способствует защите его исключительных прав от недобросовестных продавцов, незаконно использующих его интеллектуальную собственность.

Кроме того, 20.05.2026 заявителем дополнительно указывается, что наиболее ранняя зафиксированная дата введения его продукции в оборот в сопровождении заявленным обозначением относится к 13.01.2021 и 12.02.2023³ (продавцами являлись соответственно ООО «ФУЛПРИНТ» и его участник - Еремеев Константин Викторович (ИНН 920400142409)). После использования спорного обозначения

¹ <https://www.bolshoyvopros.ru/questions/1570689-otkuda-pojavilos-vyrazhenie-chaj-ne-vodka-mnogo-ne-vypesh.html>;
<https://dic.academic.ru/dic.nsf/proverbs/48270/Чай?ysclid=m3qzg0lw24788641072>;
[https://livespeak.academic.ru/1947/Чай_не_водка%2C_много_не_выпьешь%3A_брюхо_лопнет_-_коленки_ошпаришь](https://livespeak.academic.ru/1947/Чай_не_водка%2C_много_не_выпьешь%3A_брюхо_лопнет_-_коленки_ошпаришь;);
https://folklor.academic.ru/2037/Чай_не_водка%2C_много_не_выпьешь;

Большой словарь русских поговорок; Живая речь. Словарь разговорных выражений; Словарь народной фразеологии

² <https://www.wildberries.ru/catalog/143049320/detail.aspx?targetUrl=GP>;
<https://www.wildberries.ru/catalog/351003827/detail.aspx?targetUrl=GP>;
<https://www.wildberries.ru/catalog/351007145/detail.aspx?targetUrl=GP>;
<https://www.wildberries.ru/catalog/350992765/detail.aspx?targetUrl=GP>;
<https://www.wildberries.ru/catalog/351005523/detail.aspx?targetUrl=GP>.

³ <https://www.wildberries.ru/catalog/143049320/detail.aspx?targetUrl=GP>.
<https://www.wildberries.ru/catalog/142837174/detail.aspx?targetUrl=GP>.

заявителем оно приобрело популярность и стало использоваться недобросовестными третьими лицами.

Позиция заявителя сопровождается следующими документами:

- (1) выписка из ЕГРЮЛ;
- (2) список участников ООО «ФУЛПРИНТ»;
- (3) скриншоты с торговой площадки «WILDBERRIES» карточек товаров в магазинах участника ООО «ФУЛПРИНТ»;
- (4) скриншоты с mpstats о дате создания карточек товара;
- (5) сведения о категориях товаров ООО «ФУЛПРИНТ», маркированных спорным обозначением (ссылки, даты создания карточек).

Необходимо указать, что на заседании коллегии, состоявшемся 21.07.2026, с учетом положений пункта 45 Правил ППС были выявлены дополнительные обстоятельства в рамках требований подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, препятствующие регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, а именно было установлено, что регистрация товарного знака по заявке №2023818760 противоречит общественным интересам, поскольку способствует популяризации употребления алкогольных напитков (водки).

Поскольку заявитель не присутствовал на заседании коллегии по рассмотрению поступившего возражения, оно было перенесено для обеспечения возможности заявителю представить соответствующие аргументы относительно дополнительных оснований для отказа в регистрации товарного знака по заявке №2023818760.

Однако на дату 21.08.2026 заявитель, надлежащим образом уведомленный о названных дополнительных основаниях для отказа в регистрации товарного знака, а также о новой дате, времени и месте рассмотрения поступившего возражения, свои доводы в поддержку регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака не представил и на заседании коллегии отсутствовал. Между тем, в соответствии с пунктом 41 Правил ППС неявка надлежащим образом уведомленной стороны спора не является препятствием для проведения заседания.

С учетом даты (01.12.2023) поступления заявки №2023818760 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 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.

Как следует из требований подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Как следует из пункта 37 Правил, при рассмотрении вопроса о противоречии заявленного обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, незэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушают правила орфографии.

Перечень обозначений, приведенный в пункте 37 Правил, не является исчерпывающим.

Обозначение «  » по заявке №2023818760 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 01.12.2023 является словесным, включает в свой состав выполненные буквами кириллического алфавита словесные элементы в стандартном шрифтовом исполнении. Регистрация заявленного обозначения в качестве

товарного знака испрашивается в отношении товаров и услуг 09, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 41 классов МКТУ.

Анализ заявленного обозначения показал, что оно включает в свой состав лексические единицы русского языка с определенным смысловым значением, а именно:

Так, слово «чай⁴» трактуется в качестве названия различных видов вечнозеленого растения, из листьев которого готовится напиток.

Слово «не⁵» представляет собой частицу, которая используется в значении противопоставления (слову без «не»), отрицания, отсутствия (того, что заключено в значении слова без «не»).

Слово «водка⁶» - это алкогольный напиток, разбавленный водкой винный спирт.

Слово «много⁷» представляет собой наречие со значением «в большом количестве».

Слово «выпьешь⁸» представляет собой форму совершенного вида, второго лица единственного числа будущего времени от глагола «выпить», означающего: 1. пить какое-нибудь количество (например, он выпивает не более двух стаканов чая); 2. иметь пристрастие к спиртным напиткам, быть склонным к выпивке (например, он не пьяница, но выпивает).

Фраза, образованная указанными словесными элементами, как справедливо указывалось в заключении по результатам экспертизы, носит устойчивый характер, приводится в различных словарно-справочных источниках информации в качестве поговорки со значением «отказ от продолжения чаепития, удовлетворение выпитым».

Само по себе данное выражение не способно выступать в качестве характеристики заявленных товаров или услуг 09, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 41 классов МКТУ, среди которых отсутствуют алкогольные и безалкогольные напитки, а также

⁴ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1086014?ysclid=mueg5zzkys668345430>, Толковый словарь Ушакова. 1935-1940.

⁵ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1100756?ysclid=mt9rqzx3in856097816>, Толковый словарь Ушакова. 1935-1940.

⁶ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/761186>, Толковый словарь Ушакова. 1935-1940.

⁷ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/861474?ysclid=muegi13o9b157264484>, Толковый словарь Ушакова. 1935-1940.

⁸ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/773318>, Толковый словарь Ушакова. 1935-1940.

услуги, связанные с их производством или реализацией. При сопровождении заявленным обозначением приведенных в перечне заявки №2023818760 товаров или услуг не представляется возможным прийти к правдоподобным выводам относительно наличия у них каких-либо характеристик, связанных с этой продукцией. Сам же по себе довод экспертизы о невозможности регистрации в качестве товарного знака таких устойчивых фразеологизмов как пословицы или поговорки не является обоснованным.

Коллегией принят к сведению довод заявителя о реализации им сувенирной продукции в виде футболок, кружек, подушек, сумок, принадлежностей для смартфонов со спорным обозначением посредством торговой площадки «WILDBERRIES», ссылки на которую приводились на стадии экспертизы:

<https://www.wildberries.ru/catalog/143049320/detail.aspx?targetUrl=GP;>

<https://www.wildberries.ru/catalog/351003827/detail.aspx?targetUrl=GP;>

<https://www.wildberries.ru/catalog/351007145/detail.aspx?targetUrl=GP;>

<https://www.wildberries.ru/catalog/350992765/detail.aspx?targetUrl=GP;>

[https://www.wildberries.ru/catalog/351005523/detail.aspx?targetUrl=GP.](https://www.wildberries.ru/catalog/351005523/detail.aspx?targetUrl=GP;)

Кроме того, в возражении представлены сведения о реализации футболок со спорной фразой на торговой площадке «WILDBERRIES» на определенную зафиксированную дату (12.02.2023), т.е. до даты приоритета заявленного обозначения лицом, аффилированным с ООО «ФУЛПРИНТ», а именно, его участником Еремеевым Константином Викторовичем (ИНН 920400142409).

С учетом вышеизложенных обстоятельств дела в совокупности, отсутствуют доказательства несоответствия заявленного обозначения упомянутым в оспариваемом решении Роспатента от 21.04.2025 требованиям положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Между тем коллегия приняла во внимание тот факт, что с учетом прямого смыслового значения всех словесных элементов, входящих в состав заявленного обозначения, сама по себе фраза «ЧАЙ НЕ ВОДКА, МНОГО НЕ ВЫПЬЕШЬ» в шутливой форме намекает, что чаепитие стоит заканчивать, так как оно не приводит

к опьянению, в отличие от водки, т.е. много чая и не нужно, поскольку он не вызывает таких положительных эмоций как крепкий алкоголь.

Таким образом, в результате восприятия спорного выражения возникает представление о том, что такую крепкую алкогольную продукцию как водка можно употреблять в больших количествах, что не соответствует действительности. Указанное юмористическое заявление, размещаемое на заявленных товарах и сопровождающее заявленные услуги, по сути, формирует и продвигает в обществе положительное отношение к алкоголю, стимулируя его потребление, искажает представление о реальных рисках и последствиях алкогольного опьянения.

При этом следует указать, что пропаганда спиртных напитков, создающая ложное представление о возможности их употребления без ограничений, на территории Российской Федерации запрещена, о чем указывается в статье 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В этой связи регистрация товарного знака, состоящего из спорной фразы «ЧАЙ НЕ ВОДКА, МНОГО НЕ ВЫПЬЕШЬ», для всех заявленных товаров и услуг 09, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 41 классов МКТУ способна затронуть нравственные интересы определенной группы лиц, что, как следствие, противоречит общественным интересам согласно положениям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 11.08.2025, изменить решение Роспатента от 21.04.2025 и отказать в регистрации товарного знака по заявке №2023818760 с учетом дополнительных оснований.