

Приложение
к решению Федеральной службы по интеллектуальной
собственности

ЗАКЛЮЧЕНИЕ по результатам рассмотрения □ возражения □ заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Кодекс), Административный регламент предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общезвестным в Российской Федерации товарным знаком, утвержденный приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 27.08.2015 № 602, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 30.09.2015 за №39065 (далее – Административный регламент ОИ) рассмотрела заявление, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности от 15.12.2022, о признании

sela

комбинированного обозначения «» общезвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2022 на имя АО «Мэлон Фэшн Груп» в отношении товаров 25 класса МКТУ «одежда».

sela

Обозначение «», в отношении которого испрашивается признание его общезвестным в Российской Федерации товарным знаком, является комбинированным словесным обозначением, представляющим

собой слово «SELА», выполненное буквами латинского алфавита зеленого цвета.

selа

Для подтверждения общеизвестности обозначения «selа» заявителем были представлены следующие материалы:

- Заявленное обозначение и перечень товарных знаков, принадлежащих заявителю [1];
- Справка о длительности использования обозначения и история «SELА» [2];
- Справка об объемах реализации товаров, маркируемых обозначением «SELА», в разрезе основных регионов за 2019 – 2022 гг. по федеральным округам [3];
- Справка об объемах производства и продажи товаров, маркируемых обозначением «SELА», за 2019 - 2022 гг. [4];
- Реестры договоров с поставщиками/изготовителями товара «SELА» за 2019 - 2022 гг. с приложением документов [5];
- Справка о территории реализации товаров и услуг, маркируемых / оказывающих под обозначением «SELА», за 2019- 2022 гг. с ООО «Купишуз» [6];
- Реестр договоров с поставщиками/ изготавителями товара и документов с подтверждением исполнения за 2019 - 2022 гг. [7];
- Справка о территории реализации товаров и услуг под обозначением «SELА» с 2019 – 2022 гг. [8];
- Справка о территории реализации товаров, маркируемых под обозначением «SELА», на онлайн платформах Lamoda и Wildberries за период с 2019 – 2022 гг. [9];
- Годовые отчеты за 2019-2021 гг. [10];

- Каталоги продукции по каждой коллекции одежды, выпускаемой под маркировкой «SELА», начиная с 2020 года. Справка о принадлежности артикулов в накладных к «SELА» [11];
- Справка-описание процесса создания коллекции одежды [12];
- Справка о сведениях о затратах на рекламу товаров, маркируемых обозначением «SELА», за 2019 - 2022 гг. [13];
- Договоры с подтверждением исполнения (выборочно), заключенные на оказание услуг по рекламе [14];
- Справка о рекламных компаниях «SELА» за 2020-2022 гг.[15];
- Справка об участии «SELА» в выставках, конкурсах за 2019-2021 гг., а также копии публикаций о вручении премий [16];
- Справка о различных публикациях с упоминанием «SELА» за 2019-2022 гг. [17];
- Заключение № 114-2022 от «21» ноября 2022 года, подготовленного по результатам социологического опроса среди совершеннолетних жителей Российской Федерации [18].

На заседании коллегии, состоявшемся 15.02.2023, по ходатайству заявителя принято решение о его переносе на 09.03.2023.

Заявителем 01.03.2023 были представлены следующие дополнительные материалы:

- Флеш - накопитель с рекламными видеороликами за 2020 – 2022 гг. [19];
- Каталоги 2020, 2021 гг. [20];
- Сертификаты продукции с приложениями от 2019 - 2022 гг. [21];
- Пояснительная записка к социологическому опросу [22].

Рассмотрение заявления по итогам заседания коллегии, состоявшемся 09.03.2023, перенесено на 04.07.2023.

Заявителем 14.06.2023 были представлены дополнительные материалы, а именно:

- Итоги премии Awards 2023 NATMALL [23];
- Справка о затратах на рекламу товаров и услуг, маркируемых /оказываемых под обозначением «SELA» [24];
- Договоры на проведение рекламных компаний, изготовлению рекламных материалов, проведению благотворительных акций, сотрудничество с блоггерами и известными людьми, с подтверждением исполнения [25];
- Исследование Mediascope [26].

На заседании коллегии, состоявшемся 04.07.2023, изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении заявления, коллегия установила следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (15.12.2022) его подачи, включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883 (далее – Парижская конвенция), Кодекс, Административный регламент ОИ.

В соответствии со статьей 6 bis (1) Парижской конвенции по решению компетентного органа страны регистрации или страны применения товарного знака он может быть признан в этой стране общеизвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами данной конвенции.

Согласно требованиям, установленным пунктом 1 статьи 1508 Кодекса, по заявлению лица, считающего используемое им в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности такое обозначение может быть признано общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если это обозначение в результате интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко

известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

В соответствии с абзацем первым и подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента ОИ исчерпывающий перечень документов, необходимых в соответствии с нормативными правовыми актами для предоставления государственной услуги, подлежащих представлению заявителем:

3) подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы (далее - материалы), в том числе заявитель имеет право представить в Роспатент документы, содержащие следующие сведения:

- об интенсивном использовании товарного знака или обозначения, в частности, на территории Российской Федерации. При этом по инициативе заявителя указываются: дата начала использования товарного знака, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака или обозначения; объем реализации этих товаров; способы использования товарного знака или обозначения; среднегодовое количество потребителей товара; положение изготовителя на рынке в соответствующем секторе экономики и тому подобные сведения;

- о странах, в которых товарный знак или обозначение приобрели широкую известность;

- о произведенных затратах на рекламу товарного знака или обозначения (например, годовые финансовые отчеты).

- о стоимости (ценности) товарного знака в соответствии с данными, содержащимися в годовых финансовых отчетах;

- о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака или обозначения, проведенного специализированной независимой организацией, которые могут быть

оформлены с учетом рекомендаций, размещенных на интернет-сайте Роспатента.

sel a

При анализе обозначения «» на предмет возможности признания его общезвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2022 на имя Акционерное общество «Мэлон Фэшн Груп» (далее – заявитель), в отношении товаров 25 класса МКТУ «одежда», установлено следующее.

Заявитель - АО «Мэлон Фэшн Груп» - ритейлер и российский производитель одежды. Компания управляет такими брендами как: «befree», «ZARINA», «LOVE REPUBLIC», «SELA», выполняя полностью весь цикл деятельности бизнеса от моделирования и производства до распределения продаж и продвижения [10, 12].

Заявитель является правообладателем серии товарных знаков, включающих словесный элемент «SELA», зарегистрированных, в том числе в отношении товаров 25 класса МКТУ, по свидетельствам: №№ 178627, 275577, 632930, 800498, 322657. Помимо национальных регистраций, АО «Мэлон Фэшн Груп» также является правообладателем международной регистрации товарного знака № 825235, правовая охрана которому предоставлена в Армении, Австрии, Азербайджане, Боснии и Герцеговине, Болгарии, Бенилюксе, Беларуси, Швейцарии, Чехии, Германии, Дании, Испании, Финляндии, Франции, Великобритании, Грузии, Греции, Хорватии, Венгрии, Италии, Японии, Киргизии, Казахстане, Лихтенштейне, Латвии, Молдове, Северной Македонии, Норвегии, Польше, Португалии, Румынии, Сербии, Словении, Словакии, Таджикистане, Турции, Узбекистане, Вьетнаме [1].

Как следует из материалов дела, в 1991 году была основана Компания «SELA» двумя братьями, Борисом Остробродом и Александром Пекарским, в

Санкт-Петербурге. В 1995 году появилась первая фирменная секция в универмаге ДЛТ. В 1997 году открылся первый магазин «SELА». В 1999 году в Москве открывается офис и сеть фирменных магазинов. Открытие в странах СНГ: Эстония – в 2002 г., Украина – в 2003 г., Казахстан – в 2004 г., Латвия, Киргизия, Литва, Польша, Армения, Белоруссия, Молдавия в 2005 г. В 1999 регистрируется домен SELA. В 2019 году АО «Мэлон Фэшн Груп» покупает сеть магазинов SELA [2, 10].

На сегодняшний день «SELА» представлена сетью из 278 собственных магазинов в России, Армении, Казахстане, Беларуси и представлена линиями женской и детской одежды. В Армении работает 3 магазина бренда, в Казахстане - 3, в Беларуси - 1. На территории России находятся 271 магазин. В 2020 году заявитель начал открывать магазины в обновленной концепции с

selа
использованием заявленного обозначения «» [2].

selа
Продукция под обозначением «» производится по заказу АО «Мэлон Фэшн Груп», о чем свидетельствует справка о

selа
поставщиках/изготовителях товаров с маркировкой «» за период с 2019 по 2022 гг. (договор поставки SL б/н от 18.06.2019, заключенный с БРИДА, ООО, г. Иркутск; договор поставки SL б/н от 19.06.2019, заключенный с АНТЭК ТК, ООО, г. Тверь; договор поставки SL б/н от 01.07.2019, заключенный с Кондратьева Л.В., ИП, г. Якутск; договор поставки SL б/н от 26.06.2019, заключенный с Рыбочкина Н.М., ИП, г. Нефтеюганск, г. Пыть-Ях; договор поставки SL б/н от 19.06.2019, заключенный с Иванова Т.Е., ИП, г. Каменск-Уральский; договор поставки SL б/н от 14.06.2019, заключенный с Пичугина Л.А., ИП, Московская обл.,

Наро-Фоминск; договор поставки SL б/н от 19.06.2019, заключенный с Снегирева М.Н., ИП, г. Калининград; договор поставки SL от 01.07.2019, заключенный с Чайметова Л.В., ИП, г. Урай) [5, 7].

Как следует из представленных документов, в период с 2019 по 2022 гг. через сеть розничных магазинов было отгружено 2 588 892 шт. товаров под брендом «SELА» на общую сумму 1 632 467 728, 600 рублей [8].

selа

Продукция, маркированная заявленным обозначением «», в отношении товаров 25 класса МКТУ «одежда» реализуется во всех федеральных округах Российской Федерации. В период с 2019 по 2022 гг. в Центральном ФО было реализовано товаров на общую сумму 3 536 485 561 руб. в количестве 3 634 610 шт., в Дальневосточном ФО 63 273 363 руб. в количестве 62 815 шт., в Приволжском ФО 1 135 889 180 руб. в количестве 1 212 351 шт., в Северо-Западном ФО 2 113 619 162 руб. в количестве 2 254 328 шт., в Северо-Кавказском ФО 67 392 312 руб. в количестве 74 026 шт., в Сибирском ФО 1 123 797 632 руб. в количестве 1 238 249 шт., в Уральском ФО 1 121 741 446 руб. в количестве 1 164 029 шт., в Южном ФО 906 284 320 руб. в количестве 977 441 шт. Таким образом, всего в указанных регионах за период с 2019 по 2022 гг. было реализовано товаров на общую сумму 10 068 482 976 руб. в количестве 10 617 849 шт. [3, 4, 6, 8].

Также заявитель активно реализует одежду, маркированную

selа

заявленным обозначением «», на онлайн площадках и маркетплейсах по торговле одеждой, таких как Wildberries, Lamoda, Ozon, Детский мир и других [9, 10]. Согласно представленным каталогам, заявителем с 2020 года ежегодно издаются две сезонные коллекции продукции весна-лето и осень-

sel_a

зима, выпускаемой под обозначением «» [11, 20]. Заявителем через свои структурные подразделения осуществляется полный цикл контроля за изготовлением продукции. Структурные подразделения включают в себя конструкторские цеха, которые занимаются проработкой моделей, готовят эскизы, подбирают ткани, разрабатывают лекала, оформляют техническую документацию. Также заявитель владеет собственными экспериментальными цехами, которые осуществляют пошив образцов моделей одежды [12, 21].

Таким образом, коллегией установлено, что заявителем широко

sel_a

используется обозначение «» для маркировки товаров 25 класса МКТУ «одежда» в течение длительного времени. При этом круг потребителей данной продукции очень широкий и не ограничивается определенной категорией лиц.

Как видно из представленных документов, заявитель предпринимает активные действия по продвижению товаров 25 класса МКТУ «одежда»,

sel_a

маркированной заявленным обозначением «».

Как следует из справки [13], всего на рекламу товаров, маркированных обозначением «SELА», с 2019 по 2022 гг., было затрачено 174 745 768,24 рублей. А в 2023 году – 24 155 000, 50 рублей [24].

Указанные затраты включают в себя следующие виды рекламы: реклама товаров и услуг на Яндекс; реклама товаров и услуг на Гугл; разработка и обслуживание веб-сайта <https://www.sela.ru/>; полиграфическая продукция (фирменные календари, открытки, буклеты, сертификаты, фирменные пакеты); рекламная продукция, баннеры для розницы и франчайзинга (включая услуги по изготовлению и монтажу, оформлению

рекламных поверхностей); размещение наружной рекламы; размещение рекламы на транспорте; размещение рекламы на Digital каналах; ТВ реклама; участие моделей и знаменитостей в съемках (организация съемок/поездок); открытие детской площадки Вигге-горка; рекламные услуги в Instagram с блогерами; реклама в ТЦ.

Расходы на рекламу товаров 25 класса МКТУ «одежда», маркируемых

sela

обозначением « » на платформах Яндекс и Гугл в период с 2019 по 2022 гг. составили 8 365 694, 14 рублей. Так, в 2019 году на данную статью расходов было затрачено 100 000,8 рублей, в 2020 году - 635 702,2 рублей, в 2021 году - 2 949 592,99 рублей, в 2022 году - 4 680 398,15 рублей [13, 14, 15, 24].

Расходы на изготовление полиграфической продукции (фирменные календари, открытки, буклеты, сертификаты, фирменные пакеты - договор №178 от 19.12.2019 г. с ООО Майер Северо-Запад, Договор №43 от 28.09.2020 г. с ООО Типография на оказание услуг по изготовлению полиграфической продукции (буклеты, открытки, календари, благодарственные письма, сертификаты партнера, фирменные пакеты, баннеры на выставку) с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № 16/ПК/19 от 29.10.2019 г. с ООО «ПК «Горизонт» на оказание услуг по изготовлению полиграфической продукции (буклеты, открытки, календари, благодарственные письма, сертификаты партнера, фирменные пакеты, баннеры на выставку) с подтверждением исполнения в виде Актов;) в период с 2019 по 2022 гг. составили 4 383 156,81 рублей. Так, в 2019 году на данную статью расходов было затрачено 31 819,00 рублей, в 2020 году - 1 886 603,84 рублей, в 2021 году - 1 837 010,77 рублей, в 2022 году - 627 723,20 рублей.

Расходы на изготовление рекламной продукции, баннеров для розницы и франчайзинга (включая услуги по изготовлению и монтажу, оформлению рекламных поверхностей) в период с 2019 по 2022 гг. составили 10 724 956,65 рублей. Так, в 2019 году на данную статью расходов было затрачено 434 970,40 рублей, в 2020 году - 5 317 288,05 рублей, в 2021 году - 3 695 668,16 рублей, в 2022 году - 1 277 030,04 рублей.

Расходы на размещение наружной рекламы, рекламы на транспорте, Digital каналах и ТВ в период с 2019 по 2022 гг. составили 63 861 295,64 рублей (- Договор № Adv-024 от 16 декабря 2021 г., заключенный с Трафик Изобар на оказание услуг по интернет-рекламе с подтверждением исполнения в виде УПД; Договор № Adv-024 от 16 декабря 2021 г., заключенный с Трафик Изобар на оказание услуг по размещению баннерной таргетированной рекламы в Интернете с подтверждением исполнения в виде УПД; - Договор №06-04 от 06.11.2019 г. с ООО «Ариал» на оказание услуг по рекламному оформлению магазинов (наклейки в торговые залы партнеров, буквы, наклейки, световые кубы, вывески и тд.) с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № 12-03-S от 12.03.2020 г. с ООО «Эм Джи Групп» на оказание услуг по рекламному оформлению магазинов (наклейки в торговые залы партнеров, буквы, наклейки, световые кубы, вывески и тд.) с подтверждением исполнения в виде Актов; договор №РК-426-2021 от 18.03.2021 г. с ООО «МИРС» на оказание услуг по размещению рекламы в ТЦ с подтверждением исполнения в виде Актов; договор №РУ-10-08-2021 от 10.08.2021 г. с АО «ТК Горизонт» на оказание услуг по размещению рекламы в ТЦ с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № 085/20 от 22.06.2020 г., Приложение №1-1 от 11.08.2020 г. к договору №08520, Приложение №1-2 от 28.09.2020 к договору №08520, Приложение №1-3 от 13.11.2020 к договору №08520 с ООО ТМГ СЕВЕРО-ЗАПАД на оказание услуг по размещению рекламы на транспорте с

подтверждением исполнения в виде УПД; договор № SL21-49599 с ООО «Русс Аутдор» на оказание услуг по размещению наружной рекламы с подтверждением исполнения в виде УПД; договор № 1610/20 с ООО «Гэллэри Сервис» на оказание услуг по размещению наружной рекламы с подтверждением исполнения в виде УПД; договор № Adv-024 от 16 декабря 2021 с Трафик Изобар на оказание услуг по размещению наружной рекламы с подтверждением исполнения в виде УПД; договор № 2010/20 от 20.10.2020 с ООО «КРЕОН РА» оказание услуг по организации торжественных открытий магазинов с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № SL 22 – 53445 от 01.07.2022 с ООО «Киберхаб»; договор № HDO – D34/2022 от 28.09.2022 с ООО «Эйч Ди Аутдор») [13, 15, 25].

Как следует из представленных документов, заявитель активно проводит рекламные компании на телевидении. ТВ – реклама заявителя представлена на таких крупных федеральных каналах как: ТВ – 3, Пятница, Ю, Муз ТВ, СТС, Домашний, Канал DISNEY (договор № Adv-024 от 16 декабря 2021 г. с Трафик Изобар на оказание услуг по ТВ рекламе с подтверждением исполнения в виде Актов; договор №0901/20202 от 09.01.2020 г. с ИП Седлова В.А. на оказание услуг по обеспечению участия Ясмины Муратович в съемках телевизионного ролика с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № Adv-024 от 16.12.2021 с ООО «Агентство Трафик») [15, 19].

Заявитель также привлекает моделей и знаменитостей с целью продвижения и рекламы производимой им одежды, маркированной

sela

обозначением « ». Заявитель сотрудничает с каналом «Мамы блогеры». В 2021 году вышли рекламные кампании на Youtube «Как быть идеальной мамой?» и «Ты — лучшая мама для своего монстра!». В 2022 году

sela

бренд « » создал специальный рекламный проект совместно с Ксенией Собчак, Юлией Барановской и Татой Шапиро в рамках круглого стола, организованного популярным журналом ELLE. В основе — концепция осознанного и практичного подхода к материнству и формированию гардероба для нового поколения стильных женщин. В 2022 году Элеонора Севенард, ведущая солистка Большого театра, приняла участие в съемке под руководством петербургского театрального фотографа и художника Марка

sela

Олича и стала лицом новой рекламной кампании. Также брендом « » была запущена лимитированная коллекция совместно с Третьяковской галереей. Слоган капсулы: «Wear art». Так, если в 2019 году на данную статью расходов было затрачено 1 852 124,50 рублей, в 2020 году - 7 514 968,37, в 2021 году - 23 019 669,35 рублей, а в 2022 году - 10 790 455,26 рублей. Таким образом, всего на данную статью расходов за исследуемый период было затрачено 43 177 217,48 рублей (договор №ИПКА.10.11.20_Р от 10.11.2020 г. с ИП Курьянова А.В. (агент Ханны) на оказание рекламных услуг в Instagram с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № Б1 -17-11 -20 от 17.11.2020 г. с ИП Никитина Л.С. (Рита Dakota) на оказание рекламных услуг в Instagram с подтверждением исполнения в виде Актов; - Договор №SL21-49953 от 15.09.2021 г. с Долматова А.Х. на оказание рекламных услуг в Instagram с подтверждением исполнения в виде Актов; ТЗ № 4 к Договору №0512/2019 от 05 декабря 2019 г. с ИП Олейник на оказание услуг по съемке кампании «Как быть идеальной мамой?» с подтверждением исполнения в виде Актов; договор 08102020 от 08.10.2020 г. с ИП Жабин Антон на оказание услуг по съемке кампании «Как быть идеальной мамой?» с подтверждением исполнения в виде Актов; договор №126 от 19.12.2020 г. с ИП Гладких на оказание услуг по съемке кампании «Как быть идеальной

мамой?» с подтверждением исполнения в виде Актов; договор №0901/2020 от 09.01.2020 г. с ИП Седлова В.А. на оказание услуг по обеспечению участия Ясмины Муратович в кампейне FW21 «Wear Art» с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № SL21-48792 от 11.05.2021 г. с ИП Твердая П.Ю. на оказание услуг по съемке кампании FW21 «Wear Art» с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № SL22-51539 от 02.02.2022 г. с Драныш Ксенией на оказание услуг по участию модели Драныш Ксении в съемке кампании Journey to the spring SS'22 Турция с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № SL22-51519 от 02.02.2022 г. с ООО «ДарАлекс», договор № SL22-51504 от 01.02.2022 № SL22-51653 от 09.02.2022 г. с ИП Мухина на оказание услуг по организации поездки в Турцию для съемок кампании Journey to the spring SS'22 Турция с подтверждением исполнения в виде Актов; договор №10022022 от 10.02.2022 г. с Хёрст Шкулев Медиа, ООО на оказание услуг по организации PR-кампании с ЕИе и обеспечение участия в кампании Ксении Собчак, Юлии Барановской и Таты Шапиро с подтверждением исполнения в виде Отчёта о закупках и УПД; договор №020920 от 02.09.2020 г. с Чинцова Яна СЗ на оказание услуг по организации кампании Drawn together FW20 » с подтверждением исполнения в виде Актов; SL21-48242 от 01.02.2021 г. с Чинцова Яна СЗ на оказание услуг по организации кампании SS21 «Ты — лучшая мама для своего монстра!» с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № 1212/2019 от 12.12.2019 г. с ИП Ярощук Д.Д. по организации рекламной кампании 2020 с подтверждением исполнения в виде Актов; счет-договор №36 от 19.04.2021 г. с ООО «Завод детского игрового и спортивного оборудования МАФ», Договор № SL21-47821 от 11.01.2021 г. с ИП Плешакова А.Р. по организации рекламной кампании 2021 с подтверждением исполнения в виде Актов; Договор №1110/2019 от 11.10.2019 г. с СЗ Клыжко Евгений по организации рекламной кампании

2022 с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № 06-12-2022 SL от 06.12.2022 с ООО «ПИАР»).

АО «Мэлон Фэшн Груп» активно поддерживает социальные инициативы и неоднократно становился лауреатом премий и участником престижных рейтингов (договор №SL22-53039 от 01.06.2022, №SL22-53309 от 29.06.2022 с ООО «Спортстройсервис» на оказание услуг по открытию детской площадки с подтверждением исполнения в виде Актов; договор №17-06 от 17.06.2022 с ЕвроЭкозабор на оказание услуг по открытию детской площадки с подтверждением исполнения в виде Актов; договор №АП06-22 от 17.06.2022 с АртПарк на оказание услуг по открытию детской площадки с подтверждением исполнения в виде УПД; договор № 16-05-2022 от 16.05.2022 с ООО «МАСТЕРФАЙБР СЗФО» (ТопПлей) на оказание услуг по открытию детской площадки с подтверждением исполнения в виде УПД; договор МЮЗ-22-ФС от 18.02.2022 с Фабрика Событий на оказание услуг по открытию детской площадки с подтверждением исполнения в виде Актов; договор №10092021 от 10.09.2021 с ИП Зубов на оказание услуг по открытию детской площадки с подтверждением исполнения в виде Актов; договор № SL 22 – 54326 от 15.09.2022 с ООО «Хэдхантер» Благотворительный проект в поддержку фонда Работа – 1; договор № SL 23 – 55914 от 13.01.2023 с БФ «БЭЛА ДЕТИ БАБОЧКИ», Благотворительный проект «Дети-бабочки»; договор № 01082022 от 01.08.2022 с ООО «Спасибо», Экоориентированные проекты; договор № 29072022 от 29.07.2022 и от 14.11.2022 с ООО «БФ Второе дыхание»; договор № SL 23 – 57676 от 15.01.2023, № SL 23 – 57980 jn 03.03.2023 с ИП Искандарян Нара; договор № S1 23 – 57482 от 13.02.2023 с ИП Олейник; МФГ – «Инвестор года от РБК» - Уржумцев М.М. 2019; SELA № 9 в рейтинге брендов Петербурга за 2020 год, Деловой Петербург; МФГ – Золотой сайт 2020; МФГ – HR – бренд – премия компании HeadHunter 2021; SELA № 13 в рейтинге брендов Петербурга за 2021 год, Деловой Петербург;

МФГ - № 1 в рейтинге социальных и экологических практик за 2021 год, Деловой Петербург; МФГ - № 25 в рейтинге петербургского ритейла за 2021 год, Деловой Петербург; победитель в номинации Лучшая ритейл концепция в категории Fashion 2023) [16, 23, 25].

Информация о продукции заявителя, маркированной обозначением

sela

«**СЕЛА**», часто упоминается в публикациях, рейтингах различных интернет-изданий, таких как Lenta.ru, РБК, Fingazeta, Ведомости, vc.ru, Adindex.ru, Thevoicmag.ru, New – Retail.ru, Retail.ru, Sobaka.ru, Fomag.ru, РиаМода, Коммерсант, ТАСС, Marie Claire, Elle.ru, Дети Mail, Profashion.ru, Сноб, Леди Mail, Asi.org.ru, Beautyhack.ru, antennadaily.ru, Cre.ru, Ellegirl, ОК!, Фонтанка, Секрет Фирмы и др (договор № А378 от 18.04.2023 от ООО «ХИТ ТВ»; договор счет 14 от 17.05.2023 с ООО «НЭН»; договор № ВР – 1602/2023-S от 16.02.2023; договор № 2023-03-31 - № 1 от 31.03.2023 от ООО «Диджитал Медиа»;) [17, 25].

Вся информация о заявителе и производимой им продукции,

sela

концепции бренда «**СЕЛА**», представлена на официальном сайте <https://www.sela.ru/>. Также следует отметить, что в целях продвижения своей продукции заявитель разработал бонусную программу лояльности «SELÀ». Программа действует на территории РФ во всех магазинах розничной сети и в интернет-магазине <https://www.sela.ru/bonus/>. Участником бонусной программы лояльности может стать любое физическое лицо [19].

Таким образом, коллегией установлено, что заявитель проводит активную и интенсивную рекламную кампанию, которая охватывает значительный период времени и рассчитана на неограниченный круг лиц. Данный установленный факт способствует признанию обозначения

sela

«» общезвестным товарным знаком в отношении товаров 25 класса МКТУ «одежда».

Лабораторией социологической экспертизы Института социологии Российской академии наук в период с 17 октября 2022 года по 21 ноября 2022 года был проведен опрос среди совершеннолетних жителей Российской Федерации - потребителей одежды (25 класс МКТУ), по вопросу

sela

общезвестности обозначения «» [18, 22].

Всего было опрошено 2200 человек. 1500 человек были опрошены в 6 городах РФ: Москва (500 человек), Санкт-Петербург (500 человек), Ростов-на-Дону (125 человек), Красноярск (125 человек), Омск (125 человек), Екатеринбург (125 человек). Еще 700 человек были опрошены в 239 городских округах и муниципальных районах в 73 регионах Российской Федерации. Все приведенные выводы, включая выводы, связанные с датой 01.01.2022 г., сделаны с точки зрения потребителей одежды (25 класс МКТУ).

Результаты исследования показали, что комбинированное обозначение

sela

«» известно подавляющему большинству потребителей (96%). Подавляющее большинство опрошенных (97%) правильно ассоциируют тестируемое обозначение с таким товаром, как «одежда» (89%). Подавляющее большинство респондентов (70%) правильно идентифицировали производителя товаров АО «Мэлон Фэшн Груп», а 69 % опрошенных определили заявителя АО «Мэлон Фэшн Груп» в качестве

sela

правообладателя обозначения «». Также, большинство опрошенных

70 % к настоящему времени имеют опыт покупки товаров, маркируемых

selia
обозначением «» [18].

Из совокупной оценки представленных документов можно прийти к

selia
выводу, что испрашиваемое комбинированное обозначение «» в результате длительного и интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известно в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров 25 класса МКТУ «одежда».

Учитывая вышеизложенное, на основании абзаца второго пункта 77 Административного регламента коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить заявление, поступившее 15.12.2022, признать обозначение «SELIA» общезвестным товарным знаком на имя АО «Мэлон Фэши Груп» на территории Российской Федерации в отношении товаров 25 класса МКТУ «одежда» с 01.01.2022.