

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 общеизвестным 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 28.06.2018,

о признании комбинированного обозначения «» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2017 на имя ООО «МАРТИН» (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «семена обработанные; семена подсолнечника обработанные».

Обозначение «», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является комбинированным обозначением, представляющим собой оригинальную композицию, состоящую из изобразительного элемента в виде стилизованного изображения гуся в жилетке с бабочкой и, расположенного над ним со смещением

вправо словесного элемента «от Мартина», выполненного оригинальным шрифтом в кириллице, оба элемента объединены единым контуром.



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

- свидетельства на товарные знаки и распечатки сведений о товарных знаках заявителя [1];
- технические условия на продукцию заявителя [2];
- сертификаты соответствия и санитарно-эпидемиологические заключения на продукцию заявителя [3];
- договоры поставки заявителю упаковочной пленки и товарные накладные по ним [4];
- макеты упаковки продукции заявителя, образцы этой упаковки и ее фотографии [5];
- образцы продукции заявителя и ее фотографии [6];
- дипломы выставок на продукцию заявителя [7];
- договоры коммерческой концессии на использование принадлежащих заявителю товарных знаков [8];
- договоры поставки продукции заявителя и товарные накладные по ним [9];
- договоры на оказание заявителю рекламных услуг и подтверждающие их исполнение графики выходов рекламы на телеканалах и эфирные справки о выходе рекламы [10];
- USB-флеш-накопитель с рекламными роликами и распечатки их кадров [11];
- договоры на оказание заявителю рекламных услуг и подтверждающие их исполнение товарные накладные и акты об оказанных услугах по размещению трансляции рекламы, наружной и печатной рекламы в розничных магазинах [12];
- публикации рекламы продукции заявителя в печатных изданиях и в сети Интернет [13];
- справки заявителя об объемах производства и реализации продукции заявителя и объемах затрат на ее рекламу [14];

- рекламно-сувенирная продукция [15];
- социологический отчет Лаборатории социологической экспертизы Института социологии РАН по результатам опроса потребителей в 2015 году [16];
- письма заявителя и компаний-производителей продукции по договорам коммерческой концессии по поводу контроля ее качества и акты контроля качества продукции [17].

По результатам рассмотрения данного заявления Роспатентом было принято решение от 12.03.2019 «отказать в удовлетворении заявления, поступившего

28.06.2018, о признании комбинированного обозначения «» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком».

Заявитель, не согласившись с этим решением, обратился в Суд по интеллектуальным правам.

Решением Суда по интеллектуальным правам от 30.01.2020 по делу №СИП-458/2019, оставленным без изменения постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 04.06.2020, вышеуказанное решение Роспатента было признано недействительным.

В соответствии с решением Президиума Суда по интеллектуальным правам заявление, поступившее 28.06.2018, было рассмотрено повторно.

На заседании коллегии, состоявшемся 30.06.2020, заявителем было представлено ходатайство о переносе даты рассмотрения заявления, которое было удовлетворено, а также дополнительно были представлены следующие материалы:

- товарные накладные/универсальные передаточные документы о поставке продукции за период 01.01.2018 – 28.06.2018 [18];
- справки заявителя об объемах производства и реализации продукции заявителя, за период с 2014 по июнь 2018 [19];
- свидетельство о регистрации доменного имени www.martin.su и справка об администраторе домена [20];
- договор на участие в выставке "ПРОДЭКСПО 2018" [21].

На заседании коллегии, состоявшемся 02.09.2020, заявитель дополнительно представил следующие материалы, в связи с необходимостью изучения которых, заседание коллегии было перенесено:

- график, отражающий динамику занимаемой на рынке доли продаж товара в соотношении с ближайшими конкурентами, составленный на основании данных ООО «Эй Си Нильсен» [22];

- договоры поставки товара и товарные накладные к ним за период с 01.01.2018 по 28.06.2018 [23].

На заседании коллегии, состоявшемся 15.10.2020, заявитель представил ходатайство о переносе коллегии на более поздний срок, которое было удовлетворено.

На заседании коллегии, состоявшемся 21.10.2020, заявителем было представлено ходатайство о сокращении перечня заявленных товаров 29 класса МКТУ, а именно: «семена подсолнечника обработанные», которое было удовлетворено, а также представлены следующие дополнительные материалы:

- письменные пояснения по материалам дела [24];
- график на основании данных ООО «Эй Си Нильсен» [25].

В соответствии с решением суда, заявление от 28.06.2018 о признании

комбинированного обозначения «» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2017 рассмотрено коллегией повторно.

Изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении заявления, коллегия установила следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (28.06.2018) 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.



При анализе заявленного комбинированного обозначения «» на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2017 в отношении товаров 29 класса МКТУ «семена подсолнечника обработанные» коллегией установлено следующее.

Компания заявителя, Общество с ограниченной ответственностью «МАРТИН», была основана в 2000 году. С 2004 года заявитель приступил к выпуску продукции,



маркированной вышеописанным комбинированным обозначением «», а именно, к выпуску таких товаров, как «семена подсолнечника обработанные».

Из представленных заявителем материалов [2–22] следует то, что данное обозначение в период ранее даты, с которой испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, действительно использовалось им в составе принадлежащих ему товарных знаков [1] в отношении вышеуказанных товаров.

Так, производство соответствующей продукции осуществлялось в соответствии с техническими условиями заявителя [2]. Данная продукция была сертифицирована [3]. Для нее заявителем заказывались упаковки [4–5], на которых было размещено заявленное обозначение. Представлены образцы этой продукции [6] в соответствующих упаковках, на которых указываются даты ее выпуска, в том числе относящиеся к периоду ранее даты, испрашиваемой для признания заявленного обозначения общеизвестным товарным знаком. Указанная продукция была представлена на выставках [7].

В подтверждение фактов введения соответствующей продукции в гражданский оборот были представлены договоры поставки и товарные накладные [9], [20].

Объемы производства продукции, маркированной комбинированным



обозначением «» на территории Российской Федерации подтверждаются Справкой об объемах производства [14], [19]. Так, из Справки об объемах производства товаров с разбивкой по годам и видам семечек следует, что за период с 2009 по 2017 гг. было произведено: семечек «от Мартина» вид «Отборные» различных линеек в зависимости от объема пачек - 5 534 069 022 шт. упаковок; семечек «от Мартина» вид «Белые соленые» различных линеек в зависимости от объема пачек - 288 984 400 шт. упаковок; семечек тыквенных «от Мартина» вид «Неочищенные с солью» различных линеек в зависимости от объема пачек - 50 255 390 шт. упаковок; семечек «от Мартина» вид «Черные с морской солью» различных линеек в зависимости от объема пачек - 1 038 125 504 шт. упаковок; семечек «от Мартина» вид «Традиционные» различных линеек в зависимости от объема пачек - 295 649 765 шт. упаковок; семечек «от Мартина» вид «Народные» различных линеек в зависимости от объема пачек - 339 778 140 шт. упаковок семечек «от Мартина» вид «Полосатые с солью» - 7 855 680 шт. упаковок. Таким образом, за период с 2009 по 2017 всего было произведено 7 554 717 901 шт. упаковок различных видов семечек,



маркированных комбинированным обозначением «».

Как следует из приложенной справки за период с 2009 по 2017 [14] всего было реализовано 7 525 000 000 шт. упаковок различных видов семечек, маркированных



заявленным комбинированным обозначением «». Реализация продукции осуществляется во всех федеральных округах и субъектах Российской Федерации.

Из справки об объемах реализации продукции, маркированной заявленным обозначением в разрезе регионов и с разбивкой по годам следует, что за период с 2009-2017 [14] объем продаж продукции, маркированной комбинированным

обозначением «от Мартина» в Центральный федеральный округ в 2009 году составил 215 млн. упаковок, в 2016 году этот показатель достиг значений в 276 млн. упаковок, а в 2017 объем продаж возрос до 387 млн. упаковок. Прогрессия по продажам семечек «от Мартина» наблюдается и в иных федеральных округах Российской Федерации, так объем продаж с 2009 года к 2017 году в среднем увеличился в два раза, а в отдельных регионах этот показатель увеличился почти в три раза.

Совокупный объем проданных на территории Российской Федерации товаров, маркированных заявленным комбинированным обозначением, в 2009 году составил 691 млн. упаковок, в 2017 году было реализовано 1 324 млн. упаковок.

Также заявителем дополнительно были представлены товарные накладные/универсальные передаточные документы о поставке семечек, маркированных заявленным обозначением, в период с 01.01.2018 по 28.06.2018 [18], [23].

Помимо поставки продукции, маркированной заявленным комбинированным обозначением, в федеральные торговые сети, заявитель заключал договоры поставки с различными контрагентами из федеральных округов Российской Федерации. Согласно представленным данным за период с 2012 по 2017 года заявителем в Центральном федеральном округе заключены договоры с 74 компаниями, в Северо-западном федеральном округе заключены договоры с 30 компаниями, в Южном федеральном округе заключены договоры с 55 компаниями, в Северо-Кавказском федеральном округе заключены договоры с 12 компаниями, в Приволжском федеральном округе заключены договоры с 27 компаниями, в Уральском федеральном округе заключены договоры с 7 компаниями, в Сибирском федеральном округе заключены договоры с 2 компаниями, в Дальневосточном федеральном округе заключены договоры с 18 компаниями.

Также из дополнительных материалов от ООО «Эй Си Нильсен» [22], [25], в которых указаны заверенные сведения об объемах продаж в отношении категории «семечки» на территории Российской Федерации за период с июня 2014 по май 2020

года, следует, что продажи семечек под обозначением «» занимают

наибольшую долю на рынке соответствующих товаров по продажам на всей территории России, при том, что продажи продолжают возрастать, а именно: в период с июня 2014 года по май 2015 года средняя доля продаж семечек «От Мартина» занимает 13,4% рынка; с июня 2015 года по май 2016 года - 14,6%; с июня 2016 года по май 2017 года - 17,5%; с июня 2017 года по май 2018 года - 19,7%; с июня 2018 года по май 2019 года - 23,6%; с июня 2019 года по май 2020 года - 26,1%.

Вышеизложенное явным образом свидетельствует о значительных объемах производимой заявителем на протяжении длительного периода времени продукции, а именно «семян подсолнечника обработанных», маркированных комбинированным



обозначением «» и широкой территории ее реализации, охватывающей всю Российскую Федерацию.

Как следует из материалов дела [10-15], заявителем велась активная рекламная кампания, что подтверждается соответствующими договорами, справками и публикациями. Всего на рекламу товаров, маркированных комбинированным



обозначением «», включая расходы на участие в выставках, с 2012 года по 2017 год было затрачено 786 242 000 рублей. В 2012 году на телерекламу было затрачено 10 389 000 рублей, в 2016 году - 32 950 000 рублей, а в 2017 году было затрачено 94 576 000 рублей. Расходы на изготовление рекламных роликов в период 2012-2017 составили 21 138 000 рублей. В 2013 году на радиорекламу было затрачено 191 000 рублей, в 2016 году этот показатель достиг 5 138 000 рублей; на наружную рекламу в 2012 году было затрачено 3 988 000 рублей, в 2017 году - 5 108 000 рублей. Кроме того, в 2012 году заявитель проводил стимулирующие лотереи, затраты на которые составили 9 533 000 рублей, а в 2017 году заявитель потратил 413 000 рублей на рекламу производимой им продукции в Интернете.

Заявителем осуществлялась телереклама продукции, маркированной



обозначением «», что подтверждается приложенными копиями договоров и

эфирных справок за период с 2010 года по настоящее время. Размещение рекламы осуществлялось на ведущих федеральных и региональных телеканалах, таких как «Первый», «Россия 1», «Россия 2», «Россия 24», «СТС», «РТР-планета Европа», «ТНТ», «НТВ», «Звезда», «ТВ Центр», «ЧЕ», «Домашний», «Матч ТВ», «РЕН ТВ», «Пятый канал», «Пятница», «ТВ-3», «ОТВ-Домашний», «ОТВ -Сахалин», «Солнце ТВ», «Губерния край», «Губерния край», «СЭТ ТВ», «бТВ», с регионами вещания: Россия, Европа, Пермь, Волгоград, Калуга, Кострома, Рязань, Краснодар, Казань, Ростов-на-Дону, Южно-Сахалинск, Волгодонск, Москва, Волгоград, Нижний Новгород, Великий Новгород, Новороссийск, Сочи, Чебоксары, Петрозаводск, Благовещенск, Брянск, Самара, Ижевск, Тольятти, Воронеж, Санкт-Петербург, Владимир, Тверь, Тула, Калуга, Курск, Мурманск, Сыктывкар, Уфа, Ижевск, Хабаровск, Ярославль, Вологда, Архангельск, Екатеринбург, Челябинск, Красноярск, Челябинск, Екатеринбург, Калининград, Красноярск, Брянск, Сахалин.

Далее, в целях продвижения продукции, заявитель принимает активное участие в различных выставках и конкурсах, что подтверждается соответствующими договорами, фотографиями дипломов и свидетельствами о награждении [7], [21]. Заявитель в период с 2008 по 2018 принимал участие в таких выставках и конкурсах, как: «Приморские продукты питания», «Лучшие товары и услуги Дальнего Востока - Гемма», «ДальАгроПищеПром», «Межрегиональная Приамурская торгово-промышленная ярмарка», «ДАЛЬАГРОПРОДОВОЛЬСТВИЕ», «Gulfood Food & Hospitality Show», «ПРОДЭКСПО», «worldfood MOSCOW ВСЬ МИР ПИТАНИЯ», «ПРОДУКТ ГОДА», «Sial Interfood inspire Food Business, «Мессе Берлин».

Кроме того, вся информация о заявителе и производимой им продукции представлена на сайте www.martin.su [20].

Из представленных доказательств коллегия пришла к выводу, что заявитель проводит активную и интенсивную рекламную кампанию, которая охватывает значительный период времени, является активной и рассчитана на неограниченный круг лиц, что явным образом свидетельствуют об информированности российских потребителей и узнаваемости продукции заявителя, а именно «семян подсолнечника



обработанных», маркированных комбинированным обозначением «» на всей территории Российской Федерации.

Коллегией также были изучены материалы социологического опроса [16], проведенного Лабораторией социологической экспертизы Института социологии Российской академии наук в период с 26.10.2015 по 10.11.2015.

Социологический опрос был проведен в шести крупнейших городах России, представляющих её основные территориальные регионы: Москва, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Владивосток, Красноярск, Екатеринбург. Согласно результатам опроса, указанное обозначение на дату его проведения известно 90% опрошенных респондентов. Чаще всего потребители знакомились с данным обозначением в магазинах (44% респондентов) или в результате телевизионной рекламы (33% респондентов). Подавляющее большинство респондентов, а именно 87% респондентов, правильно назвали товар, с которым у них ассоциируется данное обозначение - семечки (семена подсолнуха обработанные). Согласно данным



исследования, подавляющему большинству респондентов обозначение «» стало известно в период с 2002 по 2015, при этом 34% респондентов узнали обозначение в период с 2011 по 2014. Большинство респондентов, а именно 73% опрошенных, правильно назвали компанию, которая производит товары под заявленным обозначением. Также, по мнению 73% респондентов, права на обозначение принадлежат заявителю.

Вышеуказанное свидетельствует о том, что у респондентов сформировались устойчивые ассоциации между обозначением и компанией - производителем.

Таким образом, результаты проведенного социологического опроса показывают,



что комбинированное обозначение «», используемое для маркировки товаров «семена подсолнечника обработанные», владельцем которого является ООО «МАРТИН», имеет широкую известность среди потребителей и обладает высокой

различительной способностью по отношению к компании, которая производит данные товары.

Из представленных доказательств коллегия пришла к выводу, что



испрашиваемое в качестве общеизвестного товарного знака обозначение «» в результате длительного и интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известно в Российской Федерации среди потребителей в отношении товаров 29 класса МКТУ «семена подсолнечника обработанные».

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 28.06.2018, признать



комбинированное обозначение «» общеизвестным товарным знаком на имя ООО «МАРТИН» на территории Российской Федерации в отношении товаров 29 класса МКТУ «семена подсолнечника обработанные» с 01.01.2017.