

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 23.04.2021,

о признании комбинированного обозначения «» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.06.2020 на имя ООО «Напитки из Черноголовки-Аквалайф», 142432, Московская обл., г. Черноголовка, ул. Соединительная, д. 2, пом. 34 (далее – заявитель), в отношении товаров 32 класса МКТУ «безалкогольные напитки; воды минеральные и газированные».

Обозначение «», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является комбинированным обозначением, выполненное черным и белым цветами, представляющим собой изображение птицы сидящей на ветке и слово написанное буквами русского алфавита «ЧЕРНОГОЛОВКА».



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

– История создания организации ООО «Напитки из Черноголовки-Аквалайф» [1];

– Результаты социологического опроса ФГБУН ФНИСЦРАН «лаборатория социологической экспертизы» заключение №29-2021 от 15 03 2021г. по определению

уровня известности обозначения «» [2];

– Учредительные документы заявителя ООО «Напитки из Черноголовки-Аквалайф» [3];

– Сведения о зарегистрированных на имя заявителя товарных знаках содержащих словесные элементы «черноголовка», и основанные словесные элементы, основанные на слове «черноголовка», а также с изобразительными элементами в виде птицы черноголовки [4];

– Копии свидетельств, на товарные знаки заявителя [5];

– Сведения о патенте на промышленный образец «напитки из черноголовки» №46869; [6];

– Копии лицензионных договоров на пользование указанными товарными знаками [7];

– Копия сублицензионного договора от 31.12.2015 о предоставлении права использования товарных знаков под №59925, №151442, №203612 [8];

– Копия договора поставки №ОРОН-1301-20105 от 01.03.2011г. [9];

– Копия лицензии на пользование недрами серия МСК №03027, изменения и дополнения к лицензии от 16.10.2013г. [10];

– Копии документов о соответствии товаров маркируемых заявленным обозначением современным санитарно-эпидемиологическим нормам [11];

– Копии документов о соответствии товаров маркируемых заявленным обозначением нормам кошерности [12];

– Копии протоколов испытаний [13];

– Экспертное заключение по результатам лабораторных исследований №08-034/003469 от 15.07.2019 г. [14];

– Протоколы исследования пробы [15];

– Экспертное заключение от 17.09.2020г. №410Э-677п-20[16];

– Дипломы и благодарственные письма [17];

– Список контрагентов, которым поставляется продукция, маркированная заявленным обозначением [18];

– Рекламные материалы, а именно брендбуки, каталоги, буклеты, скриншоты рекламных роликов, презентации и сувенирная продукция за 2014-2020 г. [19];

– Этикетки продукции маркированной «  » [20];

– Оценка доли компании на рынке [21];

– Аналитический отчет исследования агентства «TIBURON» от 27.07.2020г. [22];

– Договоры поставки за 2009-2020 г. [23];

– Договоры на оказание рекламных услуг и эфирные справки за период 2013-2020г. [24];

– Сведения об объемах розлива безалкогольных напитков за период 2012-2020г. [25];

– Сведения о затратах на рекламу 2013-2020г. [26];

Также заявителем 10.06.2021г. дополнительно представлены:

– Рекламные материалы, а именно фотографии из фильма О. Стоуна [27];

– Образцы упаковок маркированных обозначением «  » [28];

– Договоры на оказание рекламных услуг и эфирные справки за 2019г. [29];

На заседании коллегии, состоявшемся 15.06.2024г., рассмотрение заявления было перенесено на 15.07.2020г.

На заседании коллегии, состоявшемся 15.07.2021 г. заявителем дополнительно были представлены следующие материалы: доверенность на нового представителя, и дополнительные материалы, а именно:

– Рекламные материалы [30];

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (23.04.2021) 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.

Анализ фактических данных, содержащихся в поступившем заявлении и документах, приложенных к нему, свидетельствует о следующем.

ООО «Напитки из Черноголовки - Аквалайф» зарегистрировано 24.08.2012, однако история компании заявителя и бренда «ЧЕРНОГОЛОВКА» берет начало в 1998 году. Тогда впервые появился бренд безалкогольных напитков «Напитки из Черноголовки», который за 20 лет своей истории приобрёл известность на территории России как средство индивидуализации безалкогольных газированных напитков, а также минеральной, газированной и питьевой воды, постепенно сократившись в процессе использования до логотипа «ЧЕРНОГОЛОВКА». За время своего существования, безалкогольные напитки и минеральные и газированные воды, маркируемые заявленным обозначением, получили уважение и доверие, как потребителей, так и профессионалов рынка напитков в России и за рубежом [1], [3].

Самый старший товарный знак с элементом «ЧЕРНОГОЛОВКА» по свидетельству РФ № 159563 для товаров 32 класса МКТУ принадлежал управляющей компании ЗАО «Группа предприятий ОСТ», 142432, Московская обл., п. Черноголовка, 3-й пр-д, 16, контролировавшей группу российских предприятий, в которую, в частности, входило ООО «ОСТ- Аква» - крупнейший в стране по производственным мощностям производитель лимонадов. «Черноголовка» - это

одновременно и название небольшого городка в Подмосковье, где располагался завод по производству напитков, и название небольшой птички-славки-черноголовки, которой этот городок обязан своим названием. Изображение птички сопровождало в процессе использования словесный элемент «Черноголовка» во избежание какого-либо иного смыслового восприятия данного элемента помимо просторечного названия птицы славки – черноголовки [5].

В результате диверсификации бизнеса компании «ОСТ-Аква» была образована группа компаний «Аквалайф», которая с апреля 2019 года стала называться «Группа компаний «Черноголовка». Частью данной группы компаний в настоящее время является ООО «Напитки из Черноголовки - Аквалайф». У всех входящих в холдинг «Группа компаний «Черноголовка» компаний Управляющей компанией является ООО «Управляющая компания «Черноголовка» [1], [3].

Заявленное комбинированное обозначение «» используется для маркировки безалкогольных газированных напитков как самостоятельно так и в сочетании другими элементами: «Байкал», «Буратино», «Вишня», «Дюшес», «Крюшон», «Золото Саян», «Лайм-Лимон», «Лимонад оригинальный», «Лимонад имбирный», «Тархун», «Экстра-ситро» и др.

За счет того что словесное обозначение «ЧЕРНОГОЛОВКА» всегда дополнено образом птицы славки-черноголовки, который усиливает семантику рассматриваемого обозначения, обозначение «» прежде всего ассоциируется с птицей славкой-черноголовкой [20], [28].

Заявитель является правообладателем серии зарегистрированных товарных знаков, включающих словесном элементе «ЧЕРНОГОЛОВКА» и/или изобразительный элемент в виде образа птицы славки-черноголовки, в количестве 41 регистрации, а также является патентообладателем на промышленный образец под №46869 [4-6].

Как следует из материалов дела, на рынке продукция маркированная обозначением «» представлена безалкогольными напитками, а также

минеральными и газированными водами. Об ассортименте выпускаемой продукции свидетельствуют сведения, представленные в каталогах и презентациях выпускаемой продукции, и образцы различной упаковки продукции, маркированной рассматриваемым обозначением [19-20].

Коллегией установлено, что до конечного потребителя произведенная продукция – безалкогольные напитки, а также воды минеральные и газированные, под обозначением «» поступает в федеральные и локальные сети через дистрибьюторские каналы на территории Российской Федерации, а также в такие страны как США, Эстония, Китай, Польша, Молдова, Латвия, Литва, Канада, Израиль, Германия и в другие страны. Данная информация подтверждается справкой о реализации с указанием количества контрагентов, магазинов, регионов [18].

Безалкогольные газированные напитки и питьевые, минеральные, газированные воды, маркируемые заявленным комбинированным обозначением с элементом «ЧЕРНОГОЛОВКА» и/или товарными знаками с использованием данного элемента, произведённые ООО «ПК «АКВАЛАЙФ» по лицензии от заявителя, поставлялись ООО «Меркатус Нова Компани» на основании договора поставки №ОРОН-1301-20105 от 01.03.2011г. [9]

Из представленных заявителем документов усматривается что ООО «Меркатус Нова Компани» осуществляло и осуществляет в настоящее время поставки данного продукта в различные государственные учреждения, включая, но, не ограничиваясь, ФГБУ «Комбинат питания «Кремлёвский», ФГБУ «Комбинат питания № 2 Управления делами Президента РФ, ФГУП «Торговый дом «Кремлёвский», федеральными сетевыми магазинами, а именно: ООО «МЕТРО Кеш энд Керри», ЗАО «Дикси», ООО «АШАН», ЗАО «Торговый дом «Перекрёсток», ООО «Копейка», ООО «Лента», «О КЕЙ», АО «ТАНДЕР» (сеть «Магнит»), а также иными предприятиями оптовой и розничной торговли по всей территории Российской Федерации.

Как видно из представленных документов, потребители различных регионов России имеют возможность приобрести продукцию заявителя у самых крупных ритейлеров (Лента, Метро, Ашан, Магнит, Перекресток), имеющих наиболее

широкую географию охвата по расположению своих магазинов, супермаркетов, гипермаркетов.

В подтверждение вышеуказанного заявитель представил список договоров поставки на реализацию безалкогольных напитков, а также воды минеральные и газированные маркированных комбинированным обозначением «», заключённых ООО «Меркатус Нова Компани» более чем с 7 000 контрагентами по всей территории России.

Помимо продаж на российском рынке продукция заявителя в больших объёмах экспортируется в зарубежные страны, что, несомненно, способствует формированию известности заявленного обозначения международном масштабе.

Как следует из представленных документов в 2018 году объём экспорта безалкогольных напитков, маркированных заявленным обозначением «ЧЕРНОГОЛОВКА», составил 10,9 миллионов литров на сумму 222 000 000 рублей, в 2019 году 15,9 миллионов литров на сумму 320 000 000 рублей, в 2020 году составил 18,5 миллионов литров на сумму 414 000 000 рублей [23].

При этом объём розлива безалкогольных напитков заявителем составил за 2012 год - 28 146 556 литров, за 2013 год - 33 803 867 литров, за 2014 год - 39 193 364 литров, за 2015 год – 30 567 914 литров, за 2016 год – 24 596 284 литров, за 2017 год – 25 070 369 литров, за 2018 год – 275 141 286 литров, за 2019 год – 332 855 973 литров, за 2020 год 368 848 599 литров [28].

Таким образом, коллегией установлено, что заявителем широко используется обозначение «» и иными лицами под его контролем [7] для маркировки большого объема продукции безалкогольных напитков, а так же воды минеральной и газированной в течение длительного времени. При этом круг потребителей данной продукции очень широкий и не ограничивается определенной категорией лиц.

Коллегией установлено, что рекламная компания продукции под обозначением «» ведется, начиная с 2013 года, в различных регионах России путем размещения, в том числе в каталогах, и на различной сувенирной продукции. Начиная

с 2013 года рекламная кампания, безалкогольных напитков, а так же воды минеральной и газированной произведённой заявителем и маркированной обозначением «» транслировалась на центральных телеканалах, таких как: Первый, Россия 1, ТНТ, СТС, 5 канал и других, что подтверждается документами на производство и размещение рекламы, а также эфирными справками [19], [24], [27], [29].

Общие затраты на создание рекламных материалов для безалкогольных напитков, а так же воды минеральной и газированной маркированных обозначением «» в период с 2013 года по 2020 год составили 889 438 175 рублей (в 2013 году – 120 6500 000 рублей, в 2014 году 69 030 000 рублей, в 2015 году 42 071 696 рублей, в 2016 году – 44 246 784 рублей, 2017 году – 46 020 000 рублей, в 2018 году – 194 489 966 рублей, в 2019 году – 219 119 214 рублей, в 2020 году – 153 81 055 рублей) [26].

При этом, информацию о безалкогольных напитках, а также водах минеральных и газированных под обозначением «» (стоимости, акциях, скидках), потребители получают из каталогов торговых сетей [19].

Следует отметить, что согласно «оценке доли компании на рынке» компаний AC Nielsen проведённой в 24 городах России в июне-июле 2011-2012 годах заявитель занимает третье место из двадцати среди производителей напитков [21].

Продукция заявителя соответствуют современным нормам, предъявляемым к безалкогольным напиткам, а также минеральным и газированным водам [8-16] и удостоена различных наград, в том числе гран-при «Prod-Expo» в категории «лучший продукт - 2008» [8-17].

Заявитель, будучи участником Холдинга «Группа компаний «Черноголовка» («Аквалайф»)), является спонсором и/или участником следующих спортивных и социально-значимых мероприятий: Всероссийского турнира по фигурному катанию «Кубок Ирины Слуцкой» (2018 г.) - мероприятий социального и патриотического характера, проводимых различными государственными и негосударственными

организациями и учреждениями, например, Всероссийским общественным движением «Волонтеры Победы» - «Бессмертный полк России» в Москве в 2019 г.; «Союзом ветеранов войны» и «Союзом инвалидов «Чернобыль» в 2014 г.; Региональной общественной организацией поддержки детства, материнства и отцовства «ПОД ОДНИМ СОЛНЦЕМ» в 2019 г. мероприятий спортивного и культурного характера, проводимых различными государственными и негосударственными организациями и учреждениями, например, Федерацией развития бокса в г. Ногинске и Ногинском районе в 2018 г., ГKB «Витязь» - За проведение детских турниров по футболу в 2015 г.; специализированных или развлекательных мероприятий под эгидой Информационного портала «ANEVS.COM» и Организационного комитета Ежегодной бизнес премии Best.ru Компания года, Персона года, Проекты года в 2017 г.; конкурсов, проводимых Общероссийской общественной организацией «Барменская Ассоциация России».

На вышеуказанных мероприятиях осуществлялось продвижение безалкогольных напитков, а также минеральных и газированных вод маркированных заявленным обозначением.

Помимо этого, заявитель является администратором Интернет-сайта: chernogolovka.com, владельцем аккаунтов в социальных сетях Instagram, VK, Facebook, на видеохостинге YouTube: <https://www.instagram.com/chernogolovkalemonade/>; <https://vk.com/chgk.lemonade>; <https://www.facebook.com/chgk.lemonade>; https://www.youtube.com/channel/UCXAtaozjUwoo80btE_wJKFA; владельцем аккаунтов на сайтах агрегаторов Ozon, Utkonos, Wildberries, Яндекс.Лавка: <https://www.ozon.ru/search/?fromglobal=true&text=4epHorOBKa>; <https://www.utkonos.ru/search/4epHorwiOBKa>; <https://www.wildberries.ru/catalog/0/search.aspx?search=4epHoi4^OBKa&xsearch=true>; <https://lavka.yandex.ru/?category=c4b821f884dl408d8fef910467cee416000300010000&isGrocery=true&search=>, посредством которых в сети Интернет продвигаются заявленные товары 32 класса МКТУ с логотипом «ЧЕРНОГОЛОВКА». Лицензиат заявителя - производитель заявленных товаров 32 класса МКТУ под брендом

«ЧЕРНОГОЛОВКА» - ООО «ПК «АКВАЛАЙФ» - владеет сайтом aqualife.ru, где также размещается реклама указанных товаров.

Рекламные ролики, относящиеся к заявленным товарам 32 класса МКТУ с логотипом «ЧЕРНОГОЛОВКА», размещены заявителем на видеохостинге YouTube, их также можно найти и на других сайтах в Интернете (порядка 250 сайтов).

Таким образом, коллегией было 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 заявленного комбинированного обозначения «» общеизвестным товарным знаком в отношении продукции заявителя.

В тоже время, согласно отчету агентства «TIBURON» бренд лимонада «Черноголовка» по известности является абсолютным лидером среди российских брендов. По спонтанному знанию лимонад «Черноголовка» занимает 5 место по известности (21%) уступая только зарубежным брендам. С подсказкой лимонад «Черноголовка» вспоминают 80% респондентов при среднем показателе иностранных брендов – 94%. Около 50% опрошенных, которые потребляли его за последние 3 месяца отметили, что пьют этот напиток минимум раз в неделю [22].

Согласно результатам социологического опроса проведенного с 26.02.2021 года по 12.03.2021 года ФГБУН ФНИСЦРАН «лаборатория социологической экспертизы»

относительно обозначения «», установлено, что 87% опрошенных на дату

31.12.2020 года знакомы с обозначением «»; 93% респондентов

ассоциировали обозначение «» с товарами «безалкогольные напитки; воды минеральные и газированные». Следует также отметить что, 85% опрошенных

указали, что производителем товаров под обозначением «» является ООО «Напитки из Черноголовки-Аквалайф». При этом 69% респондентов уже имели опыт

приобретения товаров маркированных как «». Помимо этого, на вопрос о

дате знакомства с заявленным обозначением большинство респондентов ответили, что знакомы с обозначением «» настолько давно, что уже не помнят. В тоже время 42 % опрошенных впервые увидели заявленное обозначение непосредственно в местах продаж.

Указанная организация также провела социологический опрос относительно известности заявленного обозначения на 01.06.2020 года в соответствии, с которым

86% опрошенных на дату 01.06.2020 года знакомы с обозначением «»; 92%

респондентов ассоциировали обозначение «» с товарами «безалкогольные напитки; воды минеральные и газированные». Следует также отметить что, 86%

опрошенных указали, что производителем товаров под обозначением «» является ООО «Напитки из Черноголовки-Аквалайф».

Данные социологического исследования в части широкой известности заявленного обозначения в отношении товаров заявителя - ООО «Напитки из Черноголовки-Аквалайф» соотносятся с представленными образцами продукции на которых размещены соответствующие сведения об ООО «Напитки из Черноголовки-Аквалайф». Коллегия констатирует наличие реального источника информации для потребителей о том, что товары, маркированные заявленным обозначением являются товарами ООО «Напитки из Черноголовки-Аквалайф».

При этом 68% респондентов уже имели опыт приобретения товаров маркированных как «». Помимо этого, на вопрос о дате знакомства с заявленным обозначением большинство респондентов ответили, что знакомы с

обозначением «» настолько давно, что уже не помнят. В тоже время 41 % опрошенных впервые увидели заявленное обозначение непосредственно в местах продаж.

Таким образом, очевидно, что российскому потребителю известно заявленное

обозначение «», и степень информированности потребителя о нем только растет.

Представленные социологические опросы проводились в 5 городах Российской Федерации в котором приняли участие 1500 человек: Москва (500 человек), Санкт-Петербург (500 человек), Екатеринбург (125 человек), Новосибирск (125 человек), Ростов-на Дону (125 человек), Хабаровск (125 человек) [2].

Из представленных доказательств коллегия пришла к выводу, что испрашиваемое в качестве товарного знака заявленное комбинированное

обозначение «» в результате длительного и интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату общеизвестным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении производимых заявителем 32 класса МКТУ «безалкогольные напитки; воды минеральные и газированные».

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 23.04.2020, и признать обозначение

«» общеизвестным товарным знаком на имя ООО «Напитки из Черноголовки-Аквалайф», на территории Российской Федерации в отношении товаров 32 класса МКТУ «безалкогольные напитки; воды минеральные и газированные» с 01.06.2020.