

**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 18.02.2021, о признании словесного товарного знака № 152521 «МЕЗИМ» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2012 на имя Общество с ограниченной ответственностью «Берлин-Хеми АГ», Глиникер Вег 125, 12489 Берлин, Германия (далее – заявитель), в отношении товаров 05 класса МКТУ «фармацевтические препараты для медицинских целей, лекарственные средства для человека».

Товарный знак № 152521 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 25.04.1997 с приоритетом от 22.02.1996 по заявке № 96702170 в отношении следующих товаров 05 класса МКТУ: «фармацевтические препараты, лекарственные препараты для медицинских целей, лекарственные средства для человека».

Для подтверждения общеизвестности товарного знака «МЕЗИМ» заявителем были представлены следующие материалы:

- Сведения о серии товарных знаков [1];
- Распечатка сведений о международной регистрации № 194526 с официального сайта ВОИС [2];
- Копия регистрационного удостоверения [3];
- Распечатка из Госреестра лекарственных средств [4];
- Копия выписки из ЕГРЮЛ в отношении ЗАО «Берлин-Фарма» [5];
- Копии дипломов и наград [6];
- Копия справки ООО «Айкьювиа Солюшнс» об объемах продаж бренда «Мезим» в период 2004-2014гг. [7];
- Таблица сводных данных продаж за период с 2012 по 2019гг. [8];
- Копия выписки из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Берлин-Хеми / А. Менарини» [9];
- Письма от ЗАО фирма «Центр внедрения «Протек» и ООО «Фармацевтическая компания «Пульс» об объемах продаж товаров, маркированных заявленным обозначением, и сведения об указанных компаниях с официальных Интернет-сайтов, а также Интернет-сайта Википедия [10];
- Сведения из официального сайта и сайта Википедия о компании ЗАО «НПП Катрен» [11];
- договоры поставки с дистрибьюторами с товарными накладными и дополнительными соглашениями с ООО «АрхиМед», ООО «Гуд Дистрибьюшн Партнере», ООО «Грация» ООО «ФК Гранд Капитал», ООО «Амурфармация», с ООО «АВК-Альянс», «Брянскфарм», ООО «Авеста Фармацевтика», Государственным предприятием Республики Бурятия «Бурят-Фармация», ООО «Годовалое», ООО «БСС», с ЗАО «ФК Интэртрейд», ООО «Здравсервис», ООО «Ирвин 2», ООО «Компания «Хабаровская фармация», ООО «Медипал-Онко», ЗАО «ТПП Северо-Запад», ООО «Фарм-Трэйд», ООО «Ф-Фарм», ООО «Фармацентр», ЗАО фирма «Центр внедрения «Протек», ООО «Органик-Фармаси», ЗАО «Р-Фарм», ООО «ФК Пульс», ОАО «Фармимэкс», ООО «Фармперспектива», ООО

«Фармкомплект», ООО «Фармасистемс», ЗАО «Роста», ЗАО «СИА Интернейшнл Лтд» [12];

- Распечатка из сети интернет предложений к продаже препарата «Мезим» в отдаленных регионах РФ [13];

- Копии публикаций: статья «Ферментная терапия в гастроэнтерологии. Когда? Кому? Что?» в журнале «Участковый терапевт», № 2 за 2011 год; статья «Экзокринная недостаточность поджелудочной железы: что делать и как лечить» в издании «Трудный пациент», № 8-9, том 9, 2001 год; статья «Хронический панкреатит: клиничко-патогенетические аспекты противоболевой и заместительной терапии» в издании «Справочник поликлинического врача», № 1, 2008 год; статья «Терапия экзокринной недостаточности поджелудочной железы у больных хроническим панкреатитом» в издании «Справочник поликлинического врача», № 1, 2007; публикация «Если звезды зажигают, значит, это кому-нибудь нужно» в издании «Фармацевтический вестник», № 8 (624) от 09.03.2011; публикация «Ферментные препараты в лечении пациентов с болевой формой хронического панкреатита и умеренными нарушениями внешнесекреторной функции поджелудочной железы» в издании «РЖГТК», № 4, 2007 год; Репринт материала «К вопросу о клиническом применении ферментной терапии: Мезим® форте 10 000» в приложении к журналу «Consilium Medicum» № 2, 2010; публикация «Роль ферментных препаратов в лечении пациентов с болевой формой хронического панкреатита» в издании «Клинические перспективы гастроэнтерологии, гепатологии», № 3, 2009 год; публикации «Еда в радость. Все, что нужно знать о правильном питании» в издании «Первостольник», № 3, 2014 год; публикация «Хронический панкреатит. Клиническое наблюдение с комментариями» в издании «Участковый терапевт», № 4, 2013 год; публикация «Праздник без проблем? Есть решение!» в издании «Участковый терапевт», № 6, 2013 год; публикация «Особенности панкреатической недостаточности у пожилых» в издании «ЖКТ», № 3, 2012 год; публикация «Как подготовиться к праздничным застольям» в издании «Первостольник», № 11, 2012 год; публикация «Ребенок после острой кишечной инфекции: почему нарушается пищеварение?» в издании «Участковый педиатр», №

4, 2013 год; публикация «Как помочь пациенту подготовиться к новогодним праздникам?» в издании «Участковый терапевт», № 5 2012 г; публикации «Нарушения пищеварения или почему страдает поджелудочная железа?» в издании «Первостольник», № 3, 2013 год; копия рекламной публикации «Новый год к нам мчится...» в издании «Первостольник», № 11, 2013 год. [13];

- Макеты рекламных материалов [14];

- Скриншоты рекламных роликов, размещаемых в сети интернет [15];

- Копии справок об объемах размещения рекламных материалов в 2017-2019 гг. от: ООО «Адривер»; ООО «В Контакте»; ПАО «Вымпелком» (Билайн); АО «Медиаскоп» (с частичным переводом на русский язык) [16];

- Видеозаписи роликов, размещенных в телеэфире и аудиозаписи роликов, размещенных в радиэфире, представленные на CD носителе под № LH3151 WK02012687 D2 [17];

- Копии эфирных справок и графиков подтвержденных выходов рекламы [18];

- Копии рекламных POS-материалов, размещаемых в аптеках [19];

- Копия результатов социологического опроса Всероссийским центром изучения общественного мнения [20];

- Копия аналитического отчета по результатам социологического опроса, выполненного ООО «АНАЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ» [21];

- Копия решения Суда по интеллектуальным правам по делу № СИП-630/2020 [22];

- Копия выписки из торгового реестра [23].

На заседании коллегии, состоявшемся 14.04.2021 г., заявителем дополнительно были представлены следующие материалы: ходатайство о переносе заседания коллегии по просьбе заявителя на более поздний срок.

Также заявителем 09.06.2021г. и 10.06.2021г. было подано ходатайство об изменении даты, в отношении которой испрашивается признание товарного знака № 152521 общеизвестным товарным знаком на 01.01.2017г., а также ходатайство о корректировке перечня товаров, в отношении которых испрашивается признание товарного знака № 152521 общеизвестным товарным знаком на: товары 05 класса

МКТУ «лекарственные средства для человека», а кроме того, дополнительно представлены:

- Копии макетов упаковки препарата, приложенные к заявлениям в Министерство здравоохранения РФ о регистрации/внесении изменений в регистрации препарата в качестве лекарственного средства, поданным в 2007, 2009 и 2010 годах. [24];

- Копия брендбука, подготовленного в 2005 году для международного использования и копия счета компании Market Consult LLC на оплату подготовки этого брендбука [25].

На заседании коллегии, состоявшемся 16.06.2021г., рассмотрение заявления было перенесено на 07.09.2021г.

Заявитель 02.09.2021г. ходатайствовал о корректировке перечня товаров, в отношении которых испрашивается признание товарного знака № 152521 общеизвестным товарным знаком на: товары 05 класса МКТУ «лекарственные средства для человека, а именно средства, способствующие пищеварению», а кроме того представлен перевод брендбука [26];

На заседании коллегии, состоявшемся 07.09.2021г., заявителем представлено ходатайство о корректировке перечня товаров, в отношении которых испрашивается признание товарного знака № 152521 общеизвестным товарным знаком на: товары 05 класса МКТУ «лекарственные препараты для человека, а именно средства, способствующие пищеварению», а также представлены доводы заявителя.

На заседании коллегии, состоявшемся 19.10.2021 г., изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении заявления, коллегия установила следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (18.02.2021) 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.

Берлин-Хеми АГ является одним из крупных производителей и экспортеров фармацевтической продукции. История данного бизнеса насчитывает более 130 лет. Бизнес был создан в Германии в 1890 году, а после второй мировой войны, в 1949 году на территории Восточной Германии было создано народное предприятие VEB Berlin-Chemie, которое поставляло фармацевтическую продукцию в СССР.

Однако, согласно представленной справке из торгового реестра суда Шарлоттенбурга началом уставной деятельности организации заявителя является 23.06.1990г., в состав правления, которого входят граждане Италии и Германии. 31.07.2013г. в соответствии с указанной справкой на основании Договора об отделении и поглощении от 31.07.2013г. и решений о согласии, принятых в тот же день, Заявитель передал часть своего имущества в порядке отделения компании «А. Менарини Ресёрч энд Бизнес Сервис ГмбХ», которая находится в г. Берлин. Помимо этого, указанная справка содержит в себе сведения о том, что к заявителю в порядке слияния присоединена компания «А.Менарини Дайагностистикс Дойчланд ГмбХ» [23]. Таким образом, из материалов дела установлено, что организация заявитель «Берлин-Хеми АГ» и «А. Менарини Ресёрч энд Бизнес Сервис ГмбХ» ведут различную хозяйственную деятельность.

Согласно материалам дела, дата приоритета первой международной регистрации № 194526 правообладателем, которой является заявитель - 08.08.1956. Эта международная регистрация действует по настоящее время [2]. В свою очередь, первая заявка на товарный знак на территории СССР была подана в 1988 году. Этот товарный знак также действует по настоящее время. При этом, исходя из

представленной заявителем информации, в заявлении о признании товарного знака № 152521, в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации, заявитель является правообладателем семи товарных знаков со словесным элементом «МЕЗИМ» [1].

Заявитель указывает, что на его имя Министерством Здравоохранения СССР выдано Регистрационное удостоверение на лекарственный препарат в 1985 году (№ П-8-242 № 01148 от 19.03.1985), однако согласно указанному удостоверению оно выдано Н/П «БЕРЛИН-ХЕМИ» [4], в то время как заявителем является другое лицо, а именно - «БЕРЛИН-ХЕМИ АГ».

В настоящий момент препарат «Мезим» зарегистрирован в Реестре лекарственных средств России на имя ЗАО «БЕРЛИН-ФАРМА» [4], в котором заявитель «БЕРЛИН-ХЕМИ АГ» является одним из соучредителей [5].

Товары, маркированные обозначением «МЕЗИМ», широко распространены на территории России, что подтверждается справками и договорами поставки, представленными заявителем [10-13] за период 2005-2019 гг., однако, согласно указанным сведениям лицами, реализующими средства, способствующие пищеварению, маркированные обозначением «МЕЗИМ», являются ООО «Берлин-Хеми / А. Менарини» и «БЕРЛИН-ХЕМИ/МЕНАРИНИ ФАРМА ГМБХ», а не заявитель.

Вместе с тем, объем продаж товаров, маркированных обозначением «МЕЗИМ», за период с 2004 по 2014 год по данным ООО «Айкьювиа Солюшнс» составил 281 540 593 упаковок на общую сумму 21 707 323 788 рублей, при этом согласно справке от ООО «Айкьювиа Солюшнс» [7] лицом, которое реализовывало продукцию, является ООО «Берлин-Хеми / А. Менарини», единственным учредителем которого является «БЕРЛИН-ХЕМИ/МЕНАРИНИ ФАРМА ГМБХ» (Германия) [9].

Таким образом, товары, маркированные словесным товарным знаком № 152521 «МЕЗИМ», признание которого испрашивается в качестве общеизвестного в Российской Федерации товарного знака, имеют широкий круг реализации на территории России, однако, из материалов дела не усматривается что товары 05



класса МКТУ «лекарственные препараты для человека, а именно средства, способствующие пищеварению» производятся и реализуются заявителем.

Кроме того, препараты «МЕЗИМ» упомянуты в ряде публикаций в медицинских специализированных изданиях [13], однако в большинстве статей не указан производитель товаров «МЕЗИМ», вместо этого приведены упаковки товаров, на которых есть логотип «BERLIN SCHEME MENARINI»/ «БЕРЛИН-ХИМИ МЕНАРИНИ». При этом в публикации «Новый год к нам мчится...» в издании «Первостольник», № 11, 2013 год прямо упоминается, что производителем товаров «МЕЗИМ» является ООО «Берлин-Хеми / А. Менарини».

Товары, маркированные комбинированным обозначением со словесным элементом «МЕЗИМ», отличным от товарного знака № 152521, правовая охрана которого испрашивается в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации, рекламировались в 2017-2019 годах на крупных Интернет площадках, таких как: LADYSPECIAL.RU; RUTUBE.RU; RAMBLER.RU; MEGOGO.NET; OK.RU; VK.COM; likar.info; horoscopes.rambler.ru; yandex.ru; google.ru; 1tv.ru; на телеканалах «Россия -1»; «Россия-24»; «Телекомпания НТВ»; «РЕН ТВ»; «ТВ ЦЕНТР - Москва»; «Петербург - 5 канал»; «Домашний»; «Звезда»; «ТВ-3 Россия»; «МИР»; «ZEE RUSSIA»; «Доктор»; «История»; «Наука»; «Телекафе»; «Бридж ТВ» («Bridge TV»); «Bridge TV. РУССКИЙ ХИТ»; «Sony Turbo»; «Sony Sci- Fi»; «Единый Рекламный Канал»; «RU.TV» («РУ. ТВ»); «Sony Entertainment Television»; «ID: Investigation Discovery»; «EUROSPORT 1»; «EUROSPORT 2»; «ТВ 1000»; «ТВ 1000. Русское кино»; «ТВЮОО-Экшн»; «Вуасам Эксплорер» (Viasat Explorer); «Вуасам Нэйчер» (Viasat Nature); «Вуасам Хистори» (Viasat History); «МАТЧ! Спорт 1»; «МАТЧ! Спорт 2»; «МАТЧ! Футбол 1»; «МАТЧ! Футбол 1»; «МАТЧ! Футбол 3» «Русское экстремальное телевидение»; «Боец»; «Бобёр»; «Телеканал КХЛ» (KHL TV Channel); «Моя Планета»; «НВ-ПЛЮС СПОРТ ПЛЮС»; «Живая Планета»; «TLC»; «Техно 24» (Т 24); «Авто Плюс»; «КИНОКОМЕДИЯ»; «КИНО ТВ»; «Наше новое кино»; «Европа Плюс ТВ»; «КИНОМИКС»; «Мужское кино»; «Музыка Первого»; «Кухня ТВ»; «РОДНОЕ КИНО»; «Настоящее страшное телевидение (НСТВ)»; «Русский Бестселлер»;

«Русская комедия»; «Киносерия»; «Русский Роман»; «IQ HD»; «Сарафан плюс»; «Русский детектив»; «НТВ-ХИТ»; «Discovery Channel»; «ПОЕХАЛИ!»; «Синема»; «Время: далекое и близкое»; «Русский Иллюзион»; «Animal Planet Channel»; «Дом кино»; «FOX»; «Fox Life»; «Nat Geo Wild»; «National Geographic»; «Женский рекламный канал»; а также на радио станциях: «Юмор FM»; «Русское радио»; «Маяк»; «Вести FM»; «Радио России»; «Радио Шансон»; «Радио Дача».

Помимо этого, заявителем представлены макеты размещенных рекламных материалов, а также видео ролики, представленные на CD-R носителе [14-19]. Однако, исходя из материалов дела, рекламодателем указанных рекламных компаний является ООО «Берлин-Хеми / А. Менарини», в то время как правообладателем товарного знака № 152521, правовая охрана которого испрашивается в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации, является «Берлин-Хеми АГ».

В 2007 году препарат «Мезим форте» удостоен звания «СУПЕРБРЕНД». В 2008 году препарат «Мезим форте» получил награду и сертификат «Марка Доверия», а в 2009 году «Мезим форте» получил «Платиновую Унцию»: «Признание науки. Безрецептурный препарат» в номинации «Препарат года», однако, следует отметить, что согласно приложенным дипломам производителем товаров «Мезим форте» является «БЕРЛИН-ХЕМИ/А.МЕНАРИНИ» [6].

Следует также отметить, что как указывалось выше, на представленных заявителем видео роликах [17] и рекламных материалах [19] представлено обозначение, отличное от товарного знака № 152521, правовая охрана которого испрашивается в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации, которое содержит логотип «BERLIN SCHEME MENARINI»/ «БЕРЛИН-ХИМИ МЕНАРИНИ». В связи с чем коллегией не усматривается связь между товарами, маркированным обозначением «МЕЗИМ» товарным знаком № 152521, правовая охрана которого испрашивается в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации, и заявителем в качестве производителя товаров.

В прилагаемых копиях макетов упаковки препарата, приложенные к заявлениям о регистрации/внесении изменений в регистрации препарата в качестве лекарственного средства, поданных в 2007, 2009 и 2010 годах в Министерство здравоохранения России, указан заявитель - Берлин-Хеми АГ, однако на фронтальной части упаковки, на которую в первую очередь обращает внимание потребитель, указан логотип компании «BERLIN SCHEME MENARINI» [24].

В дополнительных материалах, представленных заявителем 02.09.2021г., содержится копия брендбука, подготовленного в 2005г., однако указанный брендбук выполнен на иностранном языке [25]. При этом перевод брендбука [26] также не содержит в себе сведений об известности товарного знака № 152521, правовая охрана которого испрашивается в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации, поскольку не содержит материалов, подтверждающих, что вышеуказанный товарный знак широко известен российскому потребителю в связи с деятельностью «Берлин-Хеми АГ».

Стоит подчеркнуть, что все представленные материалы содержат обозначение отличное от товарного знака под № 152521, признание которого испрашивается в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации.

Таким образом, средства, способствующие пищеварению маркированные товарным знаком № 152521, правовая охрана которого испрашивается в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации, широко представлены в средствах массовой информации и специализированных изданиях, однако не доказан тот факт, что в указанных публикациях потребитель товаров может ассоциировать заявителя как производителя товаров

Кроме того, в материалах заявления содержатся результаты социологических исследований, проведенных Всероссийским центром изучения общественного мнения и ООО «АНАЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ» [20-21]. Оба исследования были проведены относительно сходства обозначений «МЕЗИМ» и «ФЕРМЕНТОЗИМ».

В исследовании, проведенном Всероссийским центром изучения общественного мнения, приняли участие 1500 опрошенных в 37 городах России. 56

процентов респондентов указали, что представленная для сравнения упаковка препарата «ФЕРМЕНТОЗИМ» ассоциируется с препаратом «МЕЗИМ», в то же время 91 процент опрошенных указали, что считают упаковки сходными. При этом 54 процента указали, что не могли бы перепутать упаковки при покупке препаратов. Однако 73 процента участников опроса посчитали, что препараты «МЕЗИМ» и «ФЕРМЕНТОЗИМ» являются продолжением линейки продукции, выпускаемой одним лицом. Следует отметить, что 87 процентов респондентов отметили, что препарат «МЕЗИМ» появился на рынке раньше препарата «ФЕРМЕНТОЗИМ», 39 процентов опрошенных указали, что знакомы с препаратом «МЕЗИМ» 5-9 лет, а 30 процентов, что 10-20 лет. Из результатов исследования следует, что 99 процентов респондентов указали, что им знаком препарат «МЕЗИМ», однако не исследовалась степень осведомленности потребителя относительно производителя товаров. Необходимо подчеркнуть, что участникам исследования для сравнения было представлено обозначение иное, нежели то, что зарегистрировано в качестве товарного знака под № 152521, правовая охрана которого испрашивается в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации

В то же время, в опросе, проведенном ООО «АНАЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ», 97,4 процента опрошенных подтвердили, что им известна упаковка препарата «МЕЗИМ», при этом 81,4 процента респондентов знакомы с ним более трех лет. 31,8 процентов опрошенных упаковка «МЕЗИМ» знакома 4-6 лет, 25,4 процентам 7-9 лет и 12,7 процента знают упаковку «МЕЗИМ» 10-12 лет. В то время, как препарат «ФЕРМЕНТОЗИМ» знаком только 5,1 проценту участников опроса. Также, только 35,6 процента респондентов на закрытый вопрос об уровне известности изготовителя препарата «МЕЗИМ» из пяти названий организаций и двух вариантов «ДРУГОЕ» и «НЕ ЗНАЮ», выбрали компанию-заявителя «Берлин-Хеми АГ». Коллегия обращает внимание, что опрошенным были представлены обозначения, отличные от товарного знака № 152521, правовая охрана которого испрашивается в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации.

Таким образом, препарат «МЕЗИМ» известен российскому потребителю, однако коллегией не определена степень осведомленности потребителя о реальном производителе товаров.

В ходе рассмотрения заявления заявитель не представил каких-либо доказательств и доводов относительно того, что потребители будут воспринимать, ассоциировать компанию-заявителя как корпоративно связанную компанию с производителем фармацевтической продукции. Коллегия полагает, что сам по себе факт сходства фирменного наименования заявителя и фирменного наименования фактического производителя фармацевтической продукции не может свидетельствовать для потребителя о том, что это связанные корпоративно юридические лица или формировать какие-либо четкие и обоснованные представления об общем происхождении товара.

Не представлены и юридические доказательства корпоративной связи заявителя и компаний производителей фармацевтической продукции.

Таким образом, заявителем не представлены доказательства, свидетельствующие в своей совокупности и взаимосвязи о приобретении словесным товарным знаком по свидетельству № 152521 свойств общеизвестного товарного знака, предусмотренные статьей 1508 Кодекса.

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

**отказать в удовлетворении заявления, поступившего 18.02.2021, о признании словесного обозначения «МЕЗИМ» общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации с 01.01.2017г в отношении товаров 05 класса МКТУ «лекарственные препараты для человека, а именно средства, способствующие пищеварению», на имя «Берлин-Хеми АГ».**