


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 от 17.08.2022, о признании товарного знака




«  » по международной регистрации № 1518860 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 17.08.2022 на имя Открытого акционерного общества «Савушкин продукт» (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «молоко и молочные продукты; кефир; простокваша; ряженка; сыр; творог; сметана; масло сливочное».



Товарный знак «  » по международной регистрации № 1518860, в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является комбинированным обозначением,

представляющим собой сочетание словесного элемента «Брест-Литовск» на фоне изогнутой ленты, под которой расположено изображение железнодорожного вокзала в Бресте.



Для подтверждения общеизвестности товарного знака «» по международной регистрации № 1518860 заявителем были представлены следующие материалы:

- оригинал отчета Всероссийского центра изучения общественного мнения от 01.08.2022 [1]

- консолидированные финансовые отчетности за 2019, 2020 гг. [2];

- бухгалтерский баланс за 2021 г. [3];

- договоры поставок продукции 2016 г., 2018 г., товарные накладные за 2019-2022 гг. [4];

- договоры по созданию и размещению рекламы в СМИ, эфирные справки 2017-2022 гг. [5];

- договоры об участии в международных конкурсах, копии дипломов, наград, акты о приеме-сдачи выполненных работ (услуг) в рамках конкурсов 2018-2022 гг. [6];

- декларации о соответствии Евразийского экономического союза, Государственный стандарт РБ, Технологические инструкции по изготовлению с изменениями в отношении товаров: «молоко; кефир; сметана; ряженка; творог; масло сливочное; простокваша; сыр» 2020-2022 гг. [7];

- анализ данных вовлеченности пользователей в открытых ресурсах 2018-2022 гг. [8];

- договоры с поставщиками упаковки 2013-2021 [9];

- образцы упаковок товаров, сувенирной продукции [10];

- материальный носитель (CD-диск) с рекламой [11].

На заседании коллегии, состоявшемся 04.10.2022 с учетом ходатайства заявителя, заседание коллегии было перенесено на 19.10.2022 [12].

На заседании коллегии, состоявшемся 19.10.2022 с учетом ходатайства заявителя [14], заседание коллегии было перенесено на 08.11.2022, заявителем были представлены дополнительные материалы, а именно:


- товарные накладные за период август 2019 – август 2022 [13];

На заседании коллегии, состоявшемся 08.11.2022, заявителем были представлены дополнительные материалы, а именно:

- данные торговых сетей о доле реализуемых товаров заявителя [15];
 - результаты исследования «Росиндекс», ООО «Ипсос Комкон» в отношении знания и потребления продукции с товарным знаком «Брест-Литовск» (с 2016 г. по 2022г. 1-2 квартал) [16];
 - сведения о фактических затратах на продвижение товаров 2020-2022 гг. [17];
 - презентация с историей компании, диаграммы с данными отгрузок товаров [18];
 - данные аналитических исследований о взаимной интеграции России и Беларуси на рынке [19];
 - договоры об участии в международных конкурсах, копии дипломов, наград 2018-2022 гг. [20];
 - договоры поставок продукции 2009 г., 2010 г., 2013 г., 2017 г., счет-фактуры 2019-2021 гг. [21];
 - фотографии товаров [22];
 - агентские соглашения по созданию и размещению рекламы 2016 г., 2020 г., отчеты о достигнутых показателях 2018-2022 [23];
 - материальные носители (DVD-диски) с рекламой [24];
 - ходатайство заявителя о переносе заседания [25].
- На заседании коллегии, состоявшемся 23.11.2022, заявителем были представлены дополнительные материалы, а именно:
- пояснения о результатах отчета Всероссийского центра изучения общественного мнения от 01.08.2022 [26];
 - ходатайство заявителя о переносе заседания [27].
 - ходатайство об уточнении перечня товаров [28];

- примеры товаросопроводительных документов август 2019 – август 2022 [29];
- ходатайство об уточнении перечня товаров [30];
- комментарии заявителя относительно результатов отчета Всероссийского центра изучения общественного мнения от 01.08.2022 [31];
- договор и дополнительные соглашения между об изготовлении и размещении рекламных материалов от 2020 г. [32];
- дополнения к Агентскому соглашению по созданию и размещению рекламы от 2022 г. [33];
- видео-файлы с товарами заявителя и процессом производства на материальном носителе [33].

По результатам рассмотрения данного заявления Роспатентом было принято решение от 14.04.2023 «отказать в удовлетворении заявления, поступившего

17.08.2022, о признании товарного знака «» по международной регистрации № 1518860 общеизвестным товарам знаком в Российской Федерации с 17.08.2022 в отношении товаров 29 класса МКТУ – «молочные продукты, а именно: сыр» на имя ОАО «Савушкин продукт».

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

Решением Суда по интеллектуальным правам от 31.01.2024 года по делу № СИП-737/2023, оставленным без изменения постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 31.05.2024, решение Роспатента от 14.04.2023 было признано недействительным. Суд по интеллектуальным правам обязал Роспатент повторно рассмотреть заявление, поступившее 17.08.2022, поданное ОАО «Савушкин продукт». Согласно Определению от 30.09.2024 по делу № 300-ЭС24-15830 Верховный суд Российской Федерации отказал в передаче кассационной жалобы Роспатента для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации.

В соответствии с указанным решением Суда по интеллектуальным правам заявление, поступившее 17.08.2022, было рассмотрено повторно. На заседании

коллегии, состоявшемся 16.05.2024, от представителей заявителя к материалам дела были приобщены:

- ходатайство об изменении даты приоритета на 15.05.2024 и перечня заявленных товаров 29 класса МКТУ на «молочные продукты» [34];

- распечатка страницы сайта Milknews «Топ-20 молочных компаний Беларуси по совокупной выручке в 2021 году в млн. долл.» от 2022 г. []

- распечатка сведений о рейтинге «50 крупнейших брендов по доле денежных продаж от FMCG-рынка в январе-августе 2023» [35];

- распечатка сведений о рейтинге «NTech 500» [36];

- скриншоты статей с веб-сайтов [37];

- выписка из ЕГРЮЛ на ООО «Савушкин продукт» [38];

- товарные накладные за период 2022 –2024 гг. [39];

На заседании коллегии, состоявшемся 03.07.2024, заявителем были представлены дополнительные материалы, а именно:

- скриншоты с веб-сайтов гипермаркетов [40];

- таблица сводных данных о продажах товаров заявителя с заявленным обозначением за май 2022 г. - февраль 2024 г. [41];

- справки о реализации товаров от торговых сетей [42];

- отчет об отгрузках за 01.06.2022-28.02.2024 [43];

- таблица о продажах товаров заявителя за 2022-2024 гг. [44];

- таблица с данными о маркетинговых затратах за 2022-2023 гг. и 1 квартал 2024 г. [45];

- эфирные справки за 2020-2024 гг. [46];

- товарные накладные [47];

На заседании коллегии, состоявшемся 27.08.2024, заявителем были представлены дополнительные материалы, а именно:

- аналитическая записка «Уровень знания обозначения в отношении различных видов молочной продукции» АО «ВЦИОМ» [48];

- ходатайство об изменении перечня 29 класса МКТУ на «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» [49];

- материальные носители (CD-диски, флэш-накопители USB) [50].

С учетом позиций судебных инстанций по результатам рассмотрения заявления, поступившего 17.08.2022, коллегия пришла к выводу, что имеющиеся доказательства свидетельствуют о следующем.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты его подачи (17.08.2022), 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 товарного знака «» по международной регистрации № 1518860 на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 15.05.2024 г. на имя ОАО «Савушкин продукт», в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» установлено следующее [34, 49].

Согласно представленным материалам заявитель начинает свою деятельность с 1976 году в качестве Государственного предприятия «Брестский молочный комбинат», преобразованное в 1994 году в Открытое акционерное общество, а затем в ОАО «Савушкин продукт» [18].

С начала 2015 года заявитель использует в хозяйственной деятельности



обозначение «» (международная регистрация № 1518860).

Как следует из представленных материалов, на территории Российской Федерации действуют две дочерние компании ООО «Савушкин продукт» и ООО

«Савушкин продукт-Москва», которые осуществляют реализацию продукции изготавливаемой заявителем ОАО «Савушкин продукт» [2, 3, 38].

В качестве подтверждения реализации продукции на территории Российской Федерации коллегией были проанализированы представленные заявителем договоры поставок, товарные накладные, отгрузочные документы, справки о реализации товаров от торговых сетей [4, 13, 15, 21, 39-44, 47]. В части представленных договоров от 2016 и 2018 гг. с дополнительными соглашениями и товарными накладными за 2019-2022 гг. [4] отсутствует упоминание обозначения, вместо этого предметом данных соглашений являются другие товарные знаки заявителя.

Помимо этого, коллегией был проведен анализ объемов продаж на основании сводных данных о продажах товаров заявителя с заявленным обозначением за май 2022 г. - февраль 2024 г. [41, 44]. Согласно представленным материалам, заявленных товаров 29 класса МКТУ «сыр» было продано на территории Российской Федерации за 2022 г. – 20 680, 4 тонны; за 2023 г. – 36 813, 9 тонн; на февраль 2024 г. – 5831, 9 тонн. Также, согласно тем же документам, заявленных товаров 29 класса МКТУ «сливочное масло» было продано: за 2022 г. – 6713, 1 тонн; за 2023 г. – 11 629 тонн; на февраль 2024 г. – 2235, 7 тонн. Поскольку на испрашиваемую дату признания товарного знака по международной регистрации № 1518860 общеизвестным - 15.05.2024 г. – не были представлены данные о продажах, коллегия не может прийти к выводу о значительном объеме реализации товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» на территории Российской Федерации.

Кроме того, коллегия проанализировала представленные заявителем данные о реализуемой продукции нескольких торговых сетей («Ашан», «Атак», «Глобус», «Дикси», «Лента», «Окей», «Карусель», «Перекресток», «Пятерочка», «Магнит», «Метро») [15], а также, представленные договоры поставок с различными ритейлерами («Ашан» (Атак), «Лента», «Метро», «Окей», «Перекресток») [4, 13, 21], которые заключались от имени дочерних компаний и справки о реализации товаров от торговых сетей (ООО «АШАН» и ООО «Атак», АО «Дикси Юг», ООО «О’КЕЙ», ООО «Интернет Решения», АО «Тандер», ООО «Оазис», ООО «Абсолют», ООО «Прометей») [42]. Коллегия отмечает, что данные материалы не позволяют коллегии

установить какой объем товаров был доведен непосредственно до конечного потребителя, таким образом не представляется возможным оценить объективно объем реализации заявленных товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» на испрашиваемую дату - 15.05.2024 г.

При этом в отсутствие в материалах административного дела сведений общих объемов реализуемых в Российской Федерации товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» невозможно оценить, являлась ли реализация соответствующей продукции, маркированной товарным знаком по международной регистрации № 1518860 существенной или нет. Как следствие, отсутствуют основания для вывода об интенсивном использовании данного товарного знака.

При этом необходимо отметить, что заявитель просит признать товарный знак по международной регистрации № 1518860 общеизвестным на территории Российской Федерации в отношении товаров широкого спроса (молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло), которые изготавливаются и предлагаются к продаже многими производителями.

В связи с этим положение испрашиваемых товаров 29 класса МКТУ, маркированных товарным знаком по международной регистрации № 1518860, на рынке соответствующей продукции имеет существенное значение для оценки его соответствия критериям, предъявляемым к общеизвестным товарным знакам.

Однако в материалы административного дела не представлено доказательств, согласно которым данные товары занимают существенное положение на рынке сыра и сливочного масла Российской Федерации.

В свою очередь, об указанном обстоятельстве не могут свидетельствовать распечатка страницы «50 крупнейших брендов по доле денежных продаж от FMCG-рынка в январе-августе 2023» Интернет-сайта «nielseniq.com», отчет «NTech 500» [35, 36].

Следует отметить, что упомянутый отчет «NTech 500» содержит лишь рейтинговый перечень продукции разных производителей по разным категориям товаров. Вместе с тем данный рейтинг не содержит информации о том, какие

методики и критерии оценки положения товаров на рынке были в него положены, соответствуют ли они общепринятыми для маркетинговых исследований. Также из приведенного рейтинга не следует, какими конкретно лицами он был проведен и обладают ли они специальными познаниями в соответствующей области. Кроме того, не представляется возможным установить в отношении какой именно линейки продукции заявителя проводилось данное исследование, поскольку установлено, что заявитель применительно к своим товарам использует товарный знак по свидетельству по международной регистрации № 1518860 либо в измененном виде, либо совместно с иными обозначениями, выполняющими основную индивидуализирующую функцию такой продукции.

Кроме того, представленное отчет «NTech-500 2023» содержит результаты, относящиеся к 2023 году, а не к испрашиваемой дате - 15.05.2024 г. В связи с этим данное исследование не может подтверждать положение продукции, маркированной товарным знаком по международной регистрации № 1518860, на сыра и сливочного масла на территории Российской Федерации на испрашиваемую в заявлении дату.

При этом распечатка страницы «50 крупнейших брендов по доле денежных продаж от FMCG-рынка в январе-августе 2023» Интернет-сайта «nielseniq.com» содержит аналогичные недостатки, которые также не позволяют принять во внимание изложенные в ней сведения.

Кроме того, коллегия не может принять во внимание первое место заявителя в рейтинге крупнейших молочных компаний [34], поскольку данное исследование охватывает только производителей товаров на территории Республики Беларусь.

Проанализировав в совокупности представленные договоры поставок, а также дополнительные соглашения, товарные накладные, справки о реализации товаров, отчет об отгрузках и другие материалы о продажах товаров [4, 13, 15, 21, 35-37, 40-45, 48], коллегия не может прийти к обоснованному выводу, что объем реализации товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» под товарным знаком международной регистрации № 1518860 «Брест-Литовск» является значительным и имеет широкое распространение на территории Российской Федерации относительно других участников рынка молочной продукции.

Заявителем также представлены результаты исследования «Росиндекс», ООО «Ипсос Комкон» в отношении знания и потребления продукции с заявленным обозначением «Брест-Литовск» (с 2016 г. по 2022 г. 1-2 квартал) [16]. В представленных материалах отсутствуют вопросы, количество и возраст респондентов, география исследования. Исходя из чего, для коллегии не представляется возможным объективно оценить результаты.

Таким образом, проанализировав представленные заявителем документы по реализации товаров, коллегия приходит к выводу о том, что, указанные заявителем объемы реализуемой продукции на территории Российской Федерации не могут быть признаны значительными в отсутствие объективно подтвержденных сведений о доле рынка, которую занимает ОАО «Савушкин продукт» с товарами 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» под товарным знаком по

международной регистрации № 1518860 «» на испрашиваемую дату признания общеизвестным – 15.05.2024 г.

В отношении рекламной кампании заявителя коллегия отмечает следующее.

Как видно из представленных документов, заявителем заключаются договоры с ООО «НСТ» от 2020 г. об изготовлении и размещении рекламных материалов, в частности «шелфбаннеров», «воблеров» [32]; с ООО «Русс Индор» от 2021 г. [5] о размещении рекламы в социальных сетях («Одноклассники», «Вконтакте», а также в сети супермаркетов «Перекресток»); с ООО «БРЕНД АП» (2019-2020 гг.), ООО «Интериум», ООО «Коммуникационная группа ДЖЭМП», ООО «Буферная бухта», ИП «Мигель Дарья Васильевна», ЧУП «Джи энд Ди» [5, 10] о размещении рекламы в сети Интернет («worldpodium.ru», «nowyouknow.ru», «womansstyle.ru», «style-in-city.ru», «lionsharecitynew.ru», «family.ru», «secretwoman.ru», «tagline.ru», «adindex.ru», «cheeseblog.ru», «lifehacker.ru»). Однако, в отсутствие сведений о просмотрах, а также о популярности приведенных ресурсов представленные в документах образцы рекламных материалов не позволяют коллегии всесторонне их оценить на предмет осведомленности потребителей и знания товаров.

Коллегия отметила, на испрашиваемую дату общеизвестности - 15.05.2024 г. заявителем не представлены материалы о продвижении товаров в сети Интернет. Вследствие чего, коллегия не может в полной мере оценить степень осведомленности потребителей в отношении заявленных товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» под товарным знаком по международной

регистрации № 1518860 «».

Как видно из представленных документов [5], заявитель является спонсором мероприятия по договору об оказании услуг с АНО «Развитие молодежного движения «КВН Москва» в 2020, 2021 годах. Коллегия отмечает, что в большей части фотоотчетов о проведенных мероприятиях присутствуют другие обозначения заявителя («TEOS», «Савушкин продукт»). Кроме того, данные договоры касались продвижения молочной продукции заявителя на играх лиг КВН Москвы и Московской области, то есть на мероприятиях регионального значения. В связи с этим осуществляемые в рамках названных соглашений рекламные мероприятия носили локальный характер.

Таким образом, коллегия не может сделать вывод, что товарный знак по международной регистрации № 1518860 приобрел известность знака среди потребителей в отношении заявленных товаров.

Также, коллегией были проанализированы видеоматериалы, где заявитель выступает спонсором программ «5 ужинов», «Готовь как шеф», «Поедем Поедим», «Живая Еда» [11, 24, 51]. В свою очередь, при этом, в административного материалах дела отсутствуют сведения о популярности этих программ среди потребителей испрашиваемых товаров, а также информация о количестве лиц, ознакомившихся с ними.

Кроме того, по договорам с ООО «АПР Медиа Сервисез - ОМД» и ООО «ААПС МЕДИА» [5, 23, 33, 47] реклама товаров транслировалась в рекламных блоках на федеральных и региональных каналах таких как: «Пятница», «Пятый канал», «Звезда», «2x2», «СТС», «РЕН ТВ», «Домашний», «ТВ Центр», «НТВ», «ТВ3», «Россия 1», «ТНТ», «МУЗ ТВ», «Первый», «Суббота», «МИР», «RU TV», «Россия

24», «ТВ 1000»; а также на Интернет-площадках «MyTarget», «Yandex.ru», «OK.ru», «VK.com», «Byyd», «Everest», «MTS», «Rambler» [31]. Коллегия отмечает, что показ рекламных роликов с 2020 по 2024 гг. ограничивался несколькими регионами Российской Федерации, преимущественно – Москва, Московской область, Санкт-Петербург и Ленинградская область.

Как видно из представленных эфирных справок реклама заявленного обозначения не имела широкого распространения и ограничивалась только несколькими городами Российской Федерации, кроме того, отсутствие сведений о количестве просмотров, не позволяет коллегии установить факт сформировавшейся известности товарного знака по международной регистрации № 1518860



» вследствие его интенсивного продвижения на испрашиваемую дату общеизвестности – 15.05.2024 г.


Коллегией были проанализированы сведения об участии заявителя в выставках и конкурсах за 2018-2024 гг. [6, 20, 36-38]. В документах представлены договоры об участии в конкурсах, заключенные между ОАО «Савушкин продукт» и организаторами мероприятий («International Taste & Quality Institute - iTQi», ООО «Гарантия Качества», ООО «НТК «Молочная Индустрия», ООО «АйТиИ Экспо», ООО Фирма «Агроэкспосервис», АНО «СОЮЗЭКСПЕРТИЗА» ТПП РФ).


Поскольку в материалы дела не представлены сведения об организациях, проводящих выставки/конкурсы, списки участников, критерии оценивания, а также авторитетности таких выставок для потребителей и в целом их заинтересованности в наблюдении за перечисленными мероприятиями, коллегия не может всесторонне оценить влияние на формирование известности товарного знака по международной




регистрации № 1518860 «» среди потребителей в отношении заявленных товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло».

Анализ сведений показал, что в части материалов о награждениях отсутствует


товарный знак «» по международной регистрации № 1518860, присутствуют другие обозначения заявителя. Кроме того, в части документов отсутствуют сведения о географическом охвате выставок, количестве их участников, представлении товаров. В связи с чем, коллегия не может установить факт приобретения широкой известности непосредственно товарным знаком

«» по международной регистрации № 1518860.

Также, коллегия изучила представленные данные о маркетинговых затратах за 2022-2023 гг. и 1 квартал 2024 г. [46], в число которых входит «Медиа», «Рекламная коммуникация», «Digital», «Трейд-маркетинг», «PR», «Аналитика и исследования», «Брендинг и дизайн», «Сувенирная продукция», «Экспо». Согласно данным, затраты в 2022 г. составили 3 698 137 \$, 2023 г. - 4 374 949 \$, 2024 - 22 187 \$. Ввиду отсутствия отчетных документов по проведенным проектам, а также сведений об организациях, проводивших исследования и методологии, коллегия не может сделать вывод о сформировавшейся известности товарного знака по международной регистрации №

1518860 «» в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» на дату испрашиваемого приоритета – 15.05.2024.

Проанализировав в совокупности представленные заявителем материалы [5, 6, 10, 11, 20, 23, 24, 33, 36-38, 46, 47, 51], коллегия приходит к выводу, что заявителем не доказано широкое распространение рекламной его кампании на испрашиваемую дату признания общеизвестности – 15.05.2024 г. рекламная кампания не имела широкого распространения. Анализ данных материалов, содержащихся в заявлении, позволяют сделать вывод коллегии о том, что на 15.05.2024 г. была сформирована достаточная степень известности товарного знака по международной регистрации №

1518860  в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло».

Коллегией были проанализированы социологический опрос, пояснения о результатах социологического опроса, аналитическая записка «Уровень знания обозначения в отношении различных видов молочной продукции» [1, 26, 49], подготовленные Всероссийского центра изучения общественного мнения (АО «ВЦИОМ»).

Однако коллегия критически относится к приведенным документам в связи со следующим.

Согласно пункту 3.3 Рекомендаций по проведению опроса потребителей по вопросу общеизвестности товарного знака в Российской Федерации, утвержденные приказом Роспатента от 1 июня 2001 года № 74 (далее – Рекомендации) количество опрошенных должно отвечать целям объективности проводимого опроса.


Социологический опрос, по результатам которого подготовлен отчет ВЦИОМ, проводился в 37 городах. При этом максимальное количество респондентов было опрошено в Москве (401 человек) и в Санкт-Петербурге (171 человек).

Таким образом, исследование АО «ВЦИОМ» не отвечает минимальным требованиям по количеству его участников по населенным пунктам. В связи с этим, поскольку выборка респондентов не является репрезентативной, результаты данного социологического опроса не могут объективно отражать восприятие оспариваемого товарного знака средним рядовым российским потребителем испрашиваемых товаров 29 класса МКТУ.


Кроме того, испрашиваемая дата признания товарного знака по международной регистрации № 1518860 общеизвестным по ходатайству заявителя - 15.05.2024 г., в то время как социологический опрос проводился 13-20 июля 2022 года, в связи с чем, коллегия не может сделать вывод об известности обозначения на новую дату.

Также, коллегия отмечает, респонденты были отобраны путем закрытых фильтр-вопросов, по результатам которых если лицо не знакомо с товарным знаком




по международной регистрации № 1518860 «» и не знает, что он используется для индивидуализации молочной продукции, то дальнейший опрос не проводится. Учитывая не репрезентативную выборку респондентов, коллегия приходит к мнению, что результаты данного социологического опроса не отражают объективное восприятие товарного знака по международной регистрации № 1518860




«» в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло».

На закрытый вопрос о том, знакомо ли респондентам обозначение «




«» 78 % от общего числа ответили, что ассоциируют его с молочной продукцией, сырами и сливочным маслом [1]. При этом, социологический опрос не раскрывает в отношении каких именно товаров, относящихся молочной продукции, знакомо заявленное обозначение потребителям. Поскольку заявитель использует



товарный знак по международной регистрации № 1518860 «» в отношении различных товаров молочной продукции, из результатов вопроса коллегия не может сделать вывод, какая доля опрошенных ассоциирует товарный



знак по международной регистрации № 1518860 «» непосредственно с товарами «сыры; сливочное масло».

Также, заявитель представил дополнительно аналитическую записку [49], в которой отражены результаты исследования. Коллегия отмечает, что данные материалы являются независимыми и не могут восполнять недостатки ранее представленного социологического опроса. Согласно результатам, 84% от общего числа респондентов ассоциируют обозначение с сырами и еще 77% со сливочным маслом. Однако, коллегия установила, что данные материалы также не отвечают

целям объективности опроса, согласно пункту 3.3 Рекомендаций, поскольку в опросе приняло участие 1000 респондентов, среди которых максимальное количество из Москвы (265 человек) и из Санкт-Петербурга (113 человек), что является недостаточным объемом выборки. Кроме того, все вопросы носили исключительно закрытый характер, что не позволяет коллегии объективно оценить знание респондентов товарного знака по международной регистрации № 1518860



« в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло».

На вопрос о том, каким образом респондентам стал известен товарный знак по



международной регистрации № 1518860 « », только 10% суммарно выбрали один из предложенных вариантов ответа «По телевизору», «Через интернет», «Из газет, журналов», что также подтверждает предыдущий вывод коллегии об отсутствии широкого охвата рекламной кампании заявителя в отношении обозначения.

В связи с изложенным, коллегия приходит к выводу, что в совокупности социологический опрос и аналитическая записка не подтверждают высокий факт узнаваемости товарного знака по международной регистрации № 1518860



« в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» на испрашиваемую дату признания общеизвестности - 15.05.2024 г.,

Совокупно проанализировав представленные материалы [1-51], коллегия не может прийти к выводу, что товарный знак по международной регистрации №



1518860 « на 15.05.2024 г. в результате интенсивного использования стал широкого известным на территории Российской Федерации в

отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло».

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 17.08.2022, о признании комбинированного товарного знака «Брест-Литовск» по международной регистрации № 1518860 общеизвестным товарам знаком в Российской Федерации с 15.05.2024 в отношении товаров 29 класса МКТУ – «молочные продукты, а именно: сыр, сливочное масло» на имя ОАО «Савушкин продукт».