


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 09.06.2022, о признании



комбинированного обозначения «» по свидетельству №848409 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 09.06.2022 на имя Открытое акционерное общество «Савушкин продукт» (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог».

Согласно заявлению в качестве общеизвестного в Российской Федерации товарного знака испрашивается используемый заявителем

товарный знак по свидетельству №848409 «».

Товарный знак зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 18.01.2022 с приоритетом от 25.10.2021 по заявке № 2021770561 в отношении следующих товаров и услуг:

05 класс МКТУ - вода морская для лечебных ванн; воды минеральные для медицинских целей; воды термальные; гематоген; глюкоза для медицинских целей; горчица для фармацевтических целей; добавки минеральные пищевые; добавки пищевые; жир рыбий; конфеты лекарственные; культуры микроорганизмов для медицинских целей; лакричник для фармацевтических целей; лактоза для фармацевтических целей; молоко белковое и молочные ферменты для фармацевтических целей; молоко сухое для детей; мука для детского питания; напитки диетические для медицинских целей; напитки из солодового молока для медицинских целей; питание детское; препараты белковые для медицинских целей; препараты витаминные; препараты с микроэлементами для человека или животных; продукты диетические пищевые для медицинских целей; среды питательные для культур бактерий; чай травяные для медицинских целей;

29 класс МКТУ - варенье; желе; йогурт; кефир [напиток молочный]; компоты; кумыс [напиток молочный]; маргарин; масло сливочное; молоко и молочные продукты; мясные экстракты; мясо; намазки творожные; напитки молочные с преобладанием молока; овощи и фрукты консервированные, сушеные и подвергнутые тепловой обработке; пахта; простокваша [скисшее молоко]; птица и дичь; рыба; ряженка [молоко топленое молочнокислого брожения]; сливки [молочный продукт]; сливки взбитые; сметана

[сквашенные сливки]; сыворотка молочная; сырки творожные; сыры; творог; ферменты сычужные; яйца;

32 класс МКТУ - вода газированная; воды минеральные [напитки]; напитки безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; пиво; сиропы для напитков; соки фруктовые; составы для приготовления безалкогольных напитков;

35 класс МКТУ - демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; продвижение продаж для третьих лиц; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги, связанные с розничной продажей товаров, относящихся к 05, 29 и 32 классам, через магазины.

Согласно описанию, приведенному в заявке, товарный знак является комбинированным обозначением, включающим словесный элемент «Савушкин» в специальном шрифтовом исполнении, помещенный внутри овала с выемкой в верхней части, в которой расположено стилизованное изображение кувшина с льющим молоком.

Товарный знак охраняется в синем, красном, белом цветовом сочетании.

Для подтверждения общеизвестности товарного знака под №848409



« » заявителем были представлены следующие материалы:

- социологический опрос исследование узнаваемости обозначения «Савушкин», проведенный ВЦИОМ в 2021 [1];
- справка о годовых объемах реализованной продукции за 2017- 2022 [2];
- декларации о соответствии продукции 2019 - 2021 гг. [3];


- договоры поставок 2016, 2019 гг., международные товарно-транспортные накладные «CMR» и товарные накладные 2019 - 2022 гг. [4];
- договоры с поставщиками упаковки 2014 - 2020 гг. [5];
- договоры по созданию и размещению рекламы 2016, 2019, 2020 гг. [6];
- анализ данных о посещаемости сайта заявителя 2019 – 2022 гг. [7];
- разрешение Межведомственной комиссии Правительства Москвы по выдаче разрешений на право использования государственной символики [8];
- консолидированная бухгалтерская отчетность за 2019, 2020 годы, бухгалтерский баланс за 2021 год [9];
- сопроводительное письмо с эфирными справками 2020, 2021 [10];
- выписки из ЕГРЮЛ и копия свидетельства на товарный знак [11];
- благодарность, выставки и награды 2017-2021 гг. [12];
- презентация о представленности продукции под товарным знаком на территории РФ за период с 2015 по 2021 и флеш накопитель [13];
- образцы сувенирной продукции и макетов [14].
- копии отгрузочных документов август 2019 – август 2022 [15];
- пояснительная записка по Отчету АО ВЦИОМ [16].
- презентационный материал с выставки 2022 [17].
- договоры поставки 2009, 2013, 2017 [18];
- каталоги продукции 2021, 2022 [19];
- эфирные справки 2020, 2021 [20].
- ходатайство об уточнении перечня [21].
- ходатайство об уточнении перечня [22];
- дополнительные материалы к письму на материальном носителе [23].

Решением Роспатент от 30.03.2023 отказано в признании товарного знака по свидетельству Российской Федерации № 848409 общеизвестным на территории Российской Федерации в отношении товаров 29-го класса

«молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог» МКТУ.

Открытое акционерное общество «Савушкин продукт» (далее – общество) 07.07.2023 обратилось в Суд по интеллектуальным правам с заявлением о признании недействительным решения Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатента) от 30.03.2023 об отказе в признании общеизвестным на территории Российской Федерации товарного



знака «» по свидетельству Российской Федерации № 848409 в отношении товаров 29-го класса «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог» Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков (далее – МКТУ).

Решением Суда по интеллектуальным правам от 07.03.2024 заявление общества удовлетворено: решение Роспатента от 30.03.2023 об отказе в признании общеизвестным на территории Российской Федерации товарного знака по свидетельству Российской Федерации № 848409 признано недействительным как не соответствующее норме пункта 1 статьи 1508 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ). На административный орган возложена обязанность повторно рассмотреть заявление общества о признании общеизвестным на территории Российской Федерации товарного знака по свидетельству Российской Федерации № 848409 в отношении товаров 29-го класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог» с учетом названного решения.

Президиум Суда по интеллектуальным правам постановил: решение Суда по интеллектуальным правам от 07.03.2024 по делу № СИП-660/2023 оставить без изменения, кассационную жалобу Федеральной службы по

интеллектуальной собственности (ОГРН 1047730015200) – без удовлетворения.

В соответствии с решением Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-660/2023 заявление о признании комбинированного обозначения




«Савушкин» по свидетельству №848409 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 09.06.2022 на имя Открытое акционерное общество «Савушкин продукт» (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог», поступившее 09.06.2022, было рассмотрено повторно.


На заседании коллегии, состоявшемся 25.06.2024, было принято решение перенести его на 27.08.2024, а также заявителем были представлены дополнительные материалы:

- ходатайство об изменении даты с 25.06.2024 [24];
- ходатайство об изменении перечня: товары 29 класса МКТУ «молочные продукты» [25];
- распечатка страницы сайта Milknews о топ-20 молочных компаний Беларуси от 2022 [26];
- распечатка рейтинга NTech-500 [27];
- распечатки информации о дипломах [28];
- копии накладных на поставку товаров от заявителя в адрес ООО «Савушкин продукт» [29];
- распечатка из ЕГРЮЛ на ООО «Савушкин продукт» [30];
- копии накладных на поставку товаров от ООО «Савушкин продукт» в адрес торговых сетей [31];
- копия отчета об отгрузках продукции заявителя в магазины в период 01.05.2022 - 28.02.2024 [32];

- распечатка страницы о продажах товаров «Савушкин» в сети магазинов «Командор» [33];

- справки от торговых сетей о реализации продукции под обозначением «» [34];

- копия справки о затратах на рекламу в период с 2022 г. по 1 квартал 2024 г. [35];

- копии эфирных справок о размещении рекламы товаров под обозначением «», а также рекламные ролики [36].

Заявителем 31.07.2024 представлены следующие дополнительные материалы:

- диски [37].

На заседании коллегии состоявшемся 27.08.2024 было принято решение перенести его на 29.10.2024, а также заявителем были представлены дополнительные материалы:

- ходатайство об изменении перечня: товары 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: творог, йогурт» [38];

- аналитическая записка «Уровень знания обозначения в отношении различных видов молочной продукции» АО «ВЦИОМ» [39].

Рассмотрение заявления по итогам заседаний коллегии, состоявшихся 29.10.2024, 19.11.2024, 04.12.2024 перенесено на более поздний срок.

На заседании коллегии, состоявшемся 16.01.2025, изучив материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении заявления, коллегия установила следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (09.06.2022) его подачи, включает Парижскую конвенцию по охране промышленной

собственности от 20.03.1883 (далее – Парижская конвенция), Кодекс, Административный регламент ОИ.

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

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

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

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

- об интенсивном использовании товарного знака или обозначения, в частности, на территории Российской Федерации. При этом по инициативе заявителя указываются: дата начала использования товарного знака, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака или обозначения;

объем реализации этих товаров; способы использования товарного знака или обозначения; среднегодовое количество потребителей товара; положение изготовителя на рынке в соответствующем секторе экономики и тому подобные сведения;


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

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

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

- о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака или обозначения, проведенного специализированной независимой организацией, которые могут быть оформлены с учетом рекомендаций, размещенных на интернет-сайте Роспатента.

Анализ представленных материалов, содержащихся в поступившем заявлении и дополнениях к нему, показал следующее.

При анализе товарного знака по свидетельству №848409 «» на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 25.06.2024 на имя ОАО «Савушкин продукт» (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог» установлено следующее.

Заявитель начинает свою работу, как Государственное предприятие «Брестский молочный комбинат» с 1976. В 1994 он преобразовывается в ОАО «Брестский молочный комбинат», а в 2005 в ОАО «Савушкин продукт» [11].

С 2015 года заявитель осуществляет и использует в своей хозяйственной деятельности товарный знак по свидетельству №848409

«» [11].

На территории Российской Федерации действуют две дочерние компании - ООО «Савушкин продукт» и ООО «Савушкин продукт-Москва», которые осуществляют реализацию изготавливаемой заявителем продукции [2, 3, 11].

Реализация продукции подтверждается реестром договоров, договорами поставки и реализации продукции, и отгрузочными документами и приложениями к ним, а также международными товарно-транспортными накладными «CMR», [4, 10, 15, 18, 29, 31, 32, 33].

Как видно из представленных документов [4, 10, 15, 18, 29, 31, 32, 33], заявителем выпускается линейка молочных продуктов «йогурт, творог» в

частности с использованием следующих обозначений:  «TEOS»,



«SVEZA»,



«Свежесть»,



«Оптималь»,



«Апетит»,



«Суперкид»,



«Березка»,




«Ласковое лето»,




«Савушкин Хуторок» [3, 14, 19].


На представленных упаковках визуально пространственно-доминирующее положение занимают иные обозначения отличные от заявленного. Именно на этих обозначениях акцентируется основное

внимание потребителя, в связи с чем, именно они воспринимаются среднестатистическими рядовыми потребителями в качестве средств индивидуализации в отношении товаров 29 класса МКТУ «йогурт, творог». Таким образом, до потребителей доводились товары 29 класса МКТУ «йогурт, творог» на которых испрашиваемое комбинированное обозначение

«» по свидетельству №848409 либо не использовалось совсем, либо занимает не основное доминирующее положение и не акцентирует на себя внимание потребителей.

Данный факт слабой визуализации при маркировке снижает ассоциативное восприятие потребителями именно заявленного товарного

знака «» по свидетельству №848409 как обозначения, служащего для индивидуализации товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог». В свою очередь низкое ассоциативное восприятие товарного

знака «» по свидетельству №848409 не позволяет сделать вывод о его широкой известности на территории Российской Федерации в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог».

Анализ договоров поставки, товарных накладных, счет - фактур [4, 10, 15, 18, 29, 31, 32, 33] также показал, что заявителем в отношении продукции «творог» использовалось обозначение «Савушкин хуторок», а в отношении продукции йогурт использовалось обозначение «ТЕОS».

Таким образом, приведенные договоры поставки и товарораспределительные документы не подтверждают широкое использование на территории Российской Федерации товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог», маркированных

именно товарным знаком «» по свидетельству №848409.

При этом необходимо отметить, что заявитель просит признать товарный знак по свидетельству № 848409 общеизвестным на территории Российской Федерации в отношении товаров широкого спроса (молочные продукты, а именно: йогурт, творог), которые изготавливаются и предлагаются к продаже многими производителями.

В связи с этим положение испрашиваемых товаров 29 класса МКТУ, маркированных товарным знаком по свидетельству № 848409, 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 творога и йогуртов Российской Федерации.

В свою очередь, коллегия критически оценивает представленное рейтинговое исследование «NTech-500 2023» о доли занимаемого рынка молочной продукции в отношении товаров заявителя [27].

Следует отметить, что упомянутый документ 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 № 848409 либо в измененном виде, либо совместно с иными

обозначениями, выполняющими основную индивидуализирующую функцию такой продукции.

Помимо этого, представленное исследование «NTech-500 2023» содержит результаты, датируемые в сравнении на 2022 – 2023 года, в то время как испрашиваемой датой приоритета является дата 25.06.2024. В связи с чем, данное исследование не может подтверждать занимаемое его продукцией положение на рынке творога и йогуртов на территории Российской Федерации непосредственно на испрашиваемую в заявлении дату.

Коллегия также ознакомилась с представленным рейтингом «ТОП-20 молочных компаний Беларуси за 2021 год» [26]. Данный рейтинг не доказывает и не раскрывает место и долю продукции заявителя на рынке молочной продукции на территории Российской Федерации, поскольку касается иного государства (Республики Беларусь).

При этом в отсутствие в материалах административного дела сведений общих объемов реализуемых в Российской Федерации товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог» невозможно оценить, являлась ли реализация соответствующей продукции, маркированной товарным знаком по свидетельству № 848409 существенной или нет. Как следствие, отсутствуют основания для вывода об интенсивном использовании данного товарного знака.

В отношении рекламной кампании заявителя коллегия отмечает следующее. Заявителем представлены эфирные справки и графики выхода рекламы на ТВ за период с 2018 - 2024 гг.[10, 13, 35, 36, 37].

Согласно эфирным справкам и графикам выхода рекламы на ТВ заявителем в отношении продукции «творог» использовалось иное обозначение от заявленного, а именно обозначение «Савушкин хуторок», а в качестве рекламодателя указано ООО «Савушкин продукт». В отношении

продукции «йогурт» в роликах «TEOS_bouls», «TEOS_eggs», «TEOS_FRANCE», «TEOS_GYM», «TEOS_ITALY», «TEOS_MONKEY», «TEOS_PALATKA», «TEOS_soup», «TEOS_SWIM», «TEOS_TANDEM», «TEOS_TURKEY» использовалось иное от заявленного обозначение, а именно обозначение «TEOS». Также, в вышеуказанных рекламных роликах продукции «йогурт» отсутствовало текстовое и звуковое сопровождение со словесными элементами «Савушкин», которое могло бы позволить при просмотре рекламного ролика установить для потребителей ассоциативную связь рекламируемой продукции «TEOS», как относящуюся к линейке продукции заявителя. Кроме того, сведения о рекламодателе в роликах в отношении продукции «йогурт» отсутствуют. Помимо этого, рекламные ролики в отношении продукции «йогурт» демонстрировались только в нескольких субъектах Российской Федерации, а именно: Москва, Московская область, Санкт-Петербург.

При анализе документов по публикациям в СМИ коллегией установлено, что они датированы 2019 годом в отношении товаров «творог»



марки «САВУШКИН ХУТОРОК», при этом, в материалах дела отсутствуют сведения о популярности этих СМИ («Домашний очаг», «Кулинар», «Kitchen Mag», «Добрые Советы. Люблю готовить», «Style in the city», «Now you know», «Львиная доля городских новостей», «Family», «Porusski») среди потребителей, а также отсутствуют сведения о доле лиц, ознакомившихся с этими статьями.

Согласно представленному отчету по INFLUENCER-КАМПАНИИ с 16.12.2021 по 30.12.2021 год, в отношении товара «йогурт» заявитель

проводил рекламную кампанию в отношении марки «TEOS»



[6].

В связи с чем, коллегия приходит к заключению, что в средствах массовой информации, с неустановленными данными по их популярности, размещалась информация в отношении иных обозначений, чем то, в отношении которого испрашивается признание общеизвестным, что в своей совокупности не свидетельствует, что именно заявленное обозначение



« » по свидетельству №848409 стало на указанную дату 25.06.2024 восприниматься потребителями с товарами 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог».

В отношении иных мероприятий по продвижению продукции «йогурт» Ночной забег Москва, 13 июля 2019 использовалось обозначение «TEOS». Мероприятие в сети - Интернет продвигалось с помощью хештега #БЕГУЗАТЕOS. Договор ООО «Савушкин продукт» и АНО «Развитие молодежного движения «КВН Москва» имеет территориальные ограничения в рамках Москвы и Московской области. В соответствии с приложением № 3 к договору № 1-11/2018 от 1 ноября 2018 года, счетам-фактурам, фотоотчету ООО «Севен» была проведена рекламная кампания по дегустации посетителями магазинов торговых сетей «Виктория», «Глобус», «Спар», «МАГНИТ» йогуртов заявителя. В свою очередь, указанное рекламное мероприятие также было направлено на продвижение бренда «TEOS» и осуществлялось лишь в городе Санкт-Петербурге, городе Москве и Московской области, а также в городе Краснодаре [6].

Согласно представленному в Роспатент дополнительному соглашению № 26 от 1 июня 2019 года к договору об оказании услуг № 160318/1-Дог от 16 марта 2016 года на грузовых автомобилях ООО «ДИКСИ ЮГ» (торговая сеть «Дикси») осуществлялось размещение рекламных материалов, которые касались продвижения йогурта, маркированного обозначением «TEOS». При этом из материалов дела не следует, на какой территории осуществляли

передвижение соответствующие автомобили. Как следствие, невозможно оценить территориальный охват указанной рекламы [6].

В отношении актов выполненных работ №№ 306 от 27 сентября 2023, 308 от 09 сентября 2023, 309 от 13 сентября 2023, 310 от 13 сентября 2023, 368 от 13 сентября 2023, 54 от 15 марта 2023, 115 от 24 апреля 2024, 156 от 22.05.2024, 214 от 02 августа 2023 исполнителем по которым выступает ООО «ЭсСиЭс» коллегия отмечает, что они выполнены в отношении товара



«йогурт», маркированного иным обозначением « [37].

Таким образом, в своей совокупности реклама, реклама на телевидении, реклама в СМИ доводилась до конечных потребителей в отношении иных обозначений, а не заявленного комбинированного



обозначения « » по свидетельству №848409, а также имела ограниченный территориальный характер. В связи с чем, у рядового потребителя формировались слабые ассоциативные связи именно заявленного обозначения в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог».


Данный вывод коллегии о слабой ассоциативности потребителями заявленного обозначения в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог» подтверждаются представленными социологическими исследованиями.

Заявителем представлен социологический опрос от АО «ВЦИОМ», проведенный с 21 июня 2021 по 27 июня 2021 года. Всего в опросе приняло участие 1500 респондентов [1]. При этом, несмотря на довольно широкий охват соцопроса в 37 городах. В Москве в опросе приняло участие лишь 401 человек, в Санкт-Петербурге - только 171 человек.

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. В связи с этим их максимальное количество не ограничивается, а минимальное, как правило, не должно быть менее 500 в каких-либо двух населенных пунктах и менее 125 в каждом другом населенном пункте.


Таким образом, коллегией установлено, что представленный социологический опрос не отвечает минимальным требованиям по количеству опрошенных в населенных пунктах респондентов. Учитывая не репрезентативную выборку респондентов, коллегия приходит к мнению, что результаты данного социологического опроса не отражают объективное



восприятие заявленного обозначения «» по свидетельству №848409 в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог».

По результатам социологического опроса 67 % респондентов на закрытый вопрос Q1 «Скажите, Вам знакомо или не знакомо данное обозначение? Если знакомо, то для каких товаров оно используется?»



выбрало вариант № 1.3 и указали, что обозначение «» знакомо им в отношении «молочной продукции». При этом социологический опрос не раскрывает в отношении каких именно товаров, относящихся молочной продукции, знакомо заявленное обозначение потребителям. Вместе с тем, заявитель испрашивает признание комбинированного обозначения



«Савушкин» по свидетельству №848409 общеизвестным в Российской Федерации в отношении конкретных товаров - товары 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог».

При этом, какая доля из опрошенных респондентов ассоциирует



заявленное обозначение «Савушкин» с товарами «йогурт, творог» социологический опрос не раскрывает. Вместе с тем, материалами дела



подтверждается использование обозначения «Савушкин» в отношении различных молочных товаров 29 класса МКТУ. В связи с чем, не представляется возможным определить из исследования, в отношении каких именно товаров 29 класса МКТУ могла возникнуть известность.

Коллегия также критически относится к результатам социологического опроса в части даты ее проведения. Поскольку заявителем было подано ходатайство об изменении даты, с которой испрашивается признание



обозначение «Савушкин» с 09.06.2022 на 25.06.2024. Вместе с тем, социологический опрос не содержит сведений, связанных с датой известности заявленного обозначения на 25.06.2024.

Таким образом, результаты социологического опроса свидетельствуют




о том, что обозначение «Савушкин» по свидетельству №848409 не широко известно среди соответствующих потребителей в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог» на дату 25.06.2024.

На закрытый вопрос Q5 «Скажите пожалуйста», каким образом Вам стало известно о данном обозначении?» 7% респондентов выбрали ответ «по телевизору», 3% выбрали ответ «через Интернет». Данный результат социологического исследования доказывает факт, что проводимая заявителем рекламная компания сформировала слабые ассоциативные связи заявленного обозначения с товарами 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог» среди соответствующих потребителей.

Дополнительно заявителем представлена аналитическая записка «Уровень знания обозначения в отношении различных видов молочной продукции» АО «ВЦИОМ» от 19 августа 2024 года [39]. Всего в опросе приняло участие 1000 респондентов. При этом, несмотря на довольно широкий охват соцопроса в 38 городах. В Москве в опросе приняло участие 265 человек, в Санкт-Петербурге 113 человек. Согласно пункту 3.3 Рекомендаций количество опрошенных должно отвечать целям объективности проводимого опроса. В связи с этим их максимальное количество не ограничивается, а минимальное, как правило, не должно быть менее 500 в каких-либо двух населенных пунктах и менее 125 в каждом другом населенном пункте.

Таким образом, коллегией установлено, что представленный социологический опрос не отвечает минимальным требованиям по количеству опрошенных в населенных пунктах респондентов. Учитывая не репрезентативную выборку респондентов, коллегия приходит к мнению, что результаты данного социологического опроса не отражают объективное



восприятие заявленного обозначения «» по свидетельству №848409 в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог».

На закрытый вопрос № 1 «Скажите, Вам знакомо или не знакомо данное обозначение? Если знакомо, то для каких товаров оно используется?» (один ответ) 78% респондентов ответили «для молочной продукции». А на закрытый вопрос № 2 (один ответ в каждой строке) «Для какой молочной продукции из перечисленных Вам знакомо данное обозначение, а для какой – нет?» 70% респондентов выбрали «творог» и 65% выбрали «йогурт».

Вместе с тем, в представленной аналитической записке отсутствует информация относительно вариантов ответов на дату, в отношении которой испрашивается признание заявленного обозначения общеизвестным в Российской Федерации, а именно на 25.06.2024.

Коллегией в отношении аналитической записки установлено, что вопросы, которые задавались респондентам, носили исключительно закрытый характер с предложенными вариантами ответов. Отсутствие аналогичных открытых вопросов не позволяет объективно оценить проведенное исследование, поскольку знание ответов на открытые вопросы позволяет установить ассоциируется ли заявленное обозначение



« » по свидетельству №848409 в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог» среди соответствующей группы потребителей.

Таким образом, коллегия приходит к выводу, что в совокупности социологический опрос и аналитическая записка не подтверждают высокий



факт узнаваемости обозначения « » по свидетельству № 848409 в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, творог» на испрашиваемую дату 25.06.2024.

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 09.06.2022, о признании комбинированного обозначения «Савушкин» по свидетельству № 848409 общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации с 25.06.2024 года в отношении товаров 29 класса МКТУ – «молочные продукты, а именно: йогурт, творог» на имя ОАО «Савушкин продукт».