


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 обозначения 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].

На заседании коллегии, состоявшемся 08.12.2022, заявителем были представлены дополнительные материалы, а именно:

- ходатайство об уточнении перечня товаров [28];
- примеры товаросопроводительных документов август 2019 – август 2022 [29];

Рассмотрение заявления по итогам заседаний коллегии, состоявшихся 10.01.2023 и 26.01.2023, перенесено на более поздний срок.

На заседании коллегии, состоявшемся 14.03.2023 были представлены дополнительные материалы:

- 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].

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

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 17.08.2022 г. на имя ОАО «Савушкин продукт» (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр» установлено следующее.

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

С начала 2015 года заявитель использует в хозяйственной деятельности



обозначение «» (м.р. № 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].

В качестве подтверждения реализации продукции на территории Российской Федерации заявителем представлены договоры поставок, а также товарные накладные и отгрузочные документы [4, 13, 15, 21]. 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.

Кроме того, заявителем представлены данные о реализуемой продукции только нескольких торговых сетей («Ашан», «Атак», «Глобус», «Дикси», «Лента», «Окей», «Карусель», «Перекресток», «Пятерочка», «Магнит», «Метро») [15]. Также, представленные договоры поставок с различными ритейлерами («Ашан» (Атак),

«Лента», «Метро», «Окей», «Перекресток») [4, 13, 21] заключались не от имени заявителя, а от другого лица.

Проанализировав представленные договоры поставок, а также дополнительные соглашения и товарные накладные [4, 13, 15, 21], коллегия пришла к обоснованному выводу, что, хотя в документах указаны заявленные товары 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр», однако их реализация охватывает только часть территории Российской Федерации. Вследствие чего, заявителем не доказана широкая география реализации заявленных товаров 29 класса МКТУ.

Заявителем также представлены результаты исследования «Росиндекс», ООО «Ипсос Комкон» в отношении знания и потребления продукции с заявленным обозначением «Брест-Литовск» (с 2016 г. по 2022г. 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.

В отношении рекламной кампании заявителя коллегия отмечает следующее. Как видно из представленных документов, от имени ООО «Савушкин продукт» заключаются договоры на изготовление упаковок с различными поставщиками. Заявителем представлен договор и дополнительные соглашения между ООО «Савушкин продукт» и ООО «НСТ» от 2020 г. об изготовлении и размещении рекламных материалов, в частности «шелфбаннеров», «воблеров» с обозначением



«Брест-Литовск» на территории Российской Федерации [32]. Однако, в представленных документах отсутствуют материалы, свидетельствующие о реализации данной рекламной кампании, в связи с чем, коллегия не может проанализировать степень осведомленности потребителей, возможность ассоциировать товары с заявителем.

Анализ сведений рекламного и информационного характера в социальных сетях показал, что большинство материалов не позволяют установить связь между


заявленными товарами 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр» с заявителем ОАО «Савушкин продукт».

При анализе уровня вовлеченности в открытых ресурсах заявителя [8] коллегия отмечает, что наблюдается общая тенденция снижения в социальных сетях: «ВКонтакте» (vk.com): 2018 – 0,88%; 2019 – 0,87%; 2020 – 2,37%; 2021 – 0,30%, с июля по август 2021 г.; «Одноклассники»: 2019 – 0,95%; 2020 – 5,77%; 2021 – 0,11%; «Facebook»: 2019 – 1,19%; 2020 – 0,64%; 2021 – 0,84%; «Instagram»: 2019 – 3,02%; 2020 – 2,54%; 2021 – 2,05% [8].

Как видно из представленных материалов, на изготовление и размещение рекламы договор заключался не самим заявителем, а другим лицом с ООО «Русс Индор» (2021 г.) [5]. Данная рекламная кампания имела свое распространение в социальных сетях «Одноклассники», «ВКонтакте», а также в сети супермаркетов «Перекресток» (регионы: Белгород, Белгородская обл., Брянск, Владимир, Воронеж, Калуга, Киров, Курск, Липецк, Москва, Московская обл., Новомосковск, Обнинск, Орел, Рязань, Смоленск, Старый Оскол, Тверь, Тула, Ярославль). Представленные в документах образцы рекламных материалов не позволяют всесторонне их оценить и проанализировать на предмет установления связи между заявителем и заявленным комбинированным обозначением по международной регистрации № 1518860.

Таким образом, из анализа представленных данных, коллегией сделан вывод, что российские потребители не имеют устойчивой ассоциации между товарным



знаком «  » по международной регистрации № 1518860 как средством индивидуализации в отношении заявленных товаров с заявителем - ОАО «Савушкин продукт».


Как следует из представленных документов, от имени заявителя и его представителя заключаются договоры на продвижение товаров с ООО «БРЕНД АП» (2019-2020 гг.), ООО «Интерiuм», ООО «Коммуникационная группа ДЖЭМП», ООО «Буферная бухта», ИП «Мигель Дарья Васильевна», с ЧУП «Джи энд Ди» [5, 10]. Исходя из анализа представленных материалов публикаций в различных СМИ, а также количества просмотров пользователей («worldpodium.ru», «nowyouknow.ru»),

«womansstyle.ru», «style-in-city.ru», «lionsharecitynew.ru», «family.ru», «secretwoman.ru», «tagline.ru», «adindex.ru», «cheeseblog.ru», «lifehacker.ru») коллегия пришла к выводу, что они имеют тенденцию к снижению, уровень знания потребителями обозначения и ассоциации его с заявителем также низок.

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 («ТЕОС», «Савушкин продукт»). В рекламных публикациях в социальных сетях «t.me» и «facebook.com», «instagram.com», «vk.com», рекламных афишах,

присутствует только товарный знак  по международной регистрации № 1518860, что не позволяет потребителям установить связь между обозначением и заявителем ОАО «Савушкин продукт».


Также, заявитель выступает спонсором программ «5 ужинов», «Готовь как шеф», «Поедем Поедим» [11, 24]. В видеофрагментах, представленных на материальных носителях, присутствуют заявленные товары, маркированные

обозначением , заявитель указан в качестве спонсора внизу ролика, что не позволяет в должной мере большинству потребителей установить связь представленных товаров с заявителем.


Кроме того, заявленное обозначение представлено в рекламном времени в блоках федеральных и региональных телеканалов Российской Федерации по договорам с ООО «АПР Медиа Сервисез - ОМД» (2018-2019 гг.) и ООО «ААПС МЕДИА» (с 2020 года) [5, 23, 33]. Коллегией отмечено, что данные договоры заключались не от имени заявителя. Рекламная кампания осуществлялась на таких телеканалах как Россия 24, Россия 1, ТВЦ, 2x2, ТВ 1000, RU TV, Центр, МИР, Домашний, 5 канал, Рен-ТВ, Звезда, ТНТ с территориальным охватом: Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Ленинградская область, Краснодар, Нижний Новгород, Самара, Ростов-на-Дону, Челябинск, Екатеринбург, Новосибирск, Уфа,

Красноярск, Пермь, Омск, Воронеж, Волгоград, Казань; а также на Интернет-площадках «MyTarget», «Yandex.ru», «OK.ru», «VK.com», «Byyd», «Everest», «MTS». «Rambler» [31].

Как видно из представленных эфирных справок, реклама заявленного обозначения не имела широкого распространения и ограничивалась только несколькими регионами Российской Федерации. В связи с чем, коллегия приходит к выводу, что представленные материалы не содержат сведений, позволяющих установить на указанную дату (17.08.2022) или в период, непосредственно


предшествовавший этой дате, что заявленное обозначение «» широко и интенсивно доводилось заявителем до потребителя и способствовало бы формированию у потребителей ассоциации заявленного обозначения с заявителем и в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр».

Коллегией были проанализированы сведения об участии заявителя в выставках и конкурсах за 2018-2022 гг. [6, 20]. 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). В


материалах о награждениях отсутствует товарный знак «» по международной регистрации № 1518860. В документах нет сведений о географическом охвате выставок, количестве их участников, представлении товаров. В связи с чем, коллегия не может установить факт устойчивой ассоциации обозначения непосредственно с заявителем.


Проанализировав в совокупности представленные заявителем материалы [5, 6, 10, 11, 20, 23, 24, 33], коллегия приходит к выводу, что рекламная кампания не имела широкого распространения и ограничивалась только несколькими регионами Российской Федерации, не способствовала формированию у потребителей четкой ассоциации обозначения с заявителем. Анализ данных материалов, содержащихся в

заявлении, позволяют сделать вывод коллегии о том, что среднестатистический потребитель в Российской Федерации не имеет устойчивой связи товаров

«молочные продукты, а именно: сыр» и товарного знака «» по международной регистрации №1518860 непосредственно с заявителем - ОАО «Савушкин продукт».


Вывод коллегии также подтверждается анализом социологического опроса [1, 26], проведенного 13-20 июля 2022 года, в котором приняли участие 1500 респондентов из 37 городов Российской Федерации, в том числе 401 человек из Москвы и 171 человек из Санкт-Петербурга.

На закрытый вопрос о том, знакомо ли респондентам обозначение «», 78 % от общего числа ответили, что ассоциируют его с молочной продукцией, сырами и сливочным маслом. Респондентам, знакомых с данным обозначением, задали открытый вопрос о том, какая компания является производителем продукции с данным обозначением, где 51% затруднились дать ответ. Среди других ответов также были «Савушкин продукт/Савушкин» (18%), «Брест-Литовск» (17%), «Производитель молочной продукции, сыров» (6%), «Белорусская/Брестская» (5%), названы другие компании (3%). При закрытом вопросе только 33% назвали ОАО «Савушкин продукт» в качестве производителя, 53% затруднялись ответить на вопрос даже с предложенными вариантами ответов.

Результаты социологического вопроса однозначно показывают, что товарный знак по международной регистрации № 1518860 «» не ассоциируется у потребителей с ОАО «Савушкин продукт» как заявителем товаров «молочные продукты, а именно: сыр».

Совокупно проанализировав представленные материалы [1-33], коллегия пришла к выводу о том, что в сознании российских потребителей обозначение



товарный знак «  » по международной регистрации № 1518860 не идентифицируется с заявителем ОАО «Савушкин продукт» по смыслу пункта 1 статьи 1508 Гражданского кодекса.

Вследствие чего, коллегия не может прийти к выводу, что международная



регистрация № 1518860 «  » на 17.08.2022 г. в результате интенсивного использования стало широко известным на территории Российской Федерации в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: сыр».

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 товарного знака «Брест-Литовск» 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».