

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**Экспертной комиссии о результатах рассмотрения заявления,**  
**поданного в Федеральную службу по интеллектуальной**  
**собственности, патентам и товарным знакам**

Экспертная комиссия на своем заседании 01.09.2011 рассмотрела заявление о признании словесного знака «adidas» по международной регистрации №487580 общеизвестным на территории Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2009 на имя компании «adidas AG», Adi-Dassker-Strasse 1 91074 Herzogenaurach Germany (далее – заявитель, компания «adidas AG») в отношении товаров «спортивные сумки» 18 класса МКТУ, товаров «спортивная одежда, в том числе головные уборы; спортивная обувь» 25 класса МКТУ, товаров «спортивные товары; мячи» 28 класса МКТУ, с учетом дополнительных материалов, поступивших 10.02.2011 и 04.08.2011.

Знак по международной регистрации №487580 «adidas» выполнен стандартным шрифтом строчными буквами латинского алфавита.

Данное заявление от 28.06.2010 о признании знака по международной регистрации №487580 «adidas» общеизвестным в Российской Федерации с 01.01.2009 в отношении товаров «спортивные сумки» 18 класса МКТУ, товаров «спортивная одежда, в том числе головные уборы; спортивная обувь» 25 класса МКТУ, товаров «спортивные товары; мячи» 28 класса МКТУ поступило в Роспатент 28.06.2010.

Для подтверждения общеизвестности знака по международной регистрации «adidas» заявителем представлены следующие материалы:

1. Копия материалов из базы ФИПС «Товарные знаки Российской Федерации» о международной регистрации знака №487580 с переводом.
2. Диск, содержащий каталоги продукции заявителя за 2004-2009 гг. Электронный каталог на сайте компании <http://www.adidas.com/ru/homepage.asp>.
3. Копия свидетельства о регистрации Товарного знака adidas в Германии.
4. Таблица, подтверждающая регистрации Товарного знака adidas по всему миру
5. История компании "адидас АГ".

6. Копии материалов журнала "Business Week", выходявшего в свет в 2003 - 2008 годах, 2009 году.

7. Копии материалов статьи "10 самых сильных мировых брендов" от 06.03.2009 г., размещенной в сети Интернет.

8. Копии статей, подтверждающих спонсорские программы Компании.

9. Копии статей, подтверждающих глобальные рекламные компании "адидас АГ".

10. Копии статей, подтверждающих рост прибыли компании "адидас АГ".

11. Финансовые отчеты компании "адидас АГ" за 2007 г., 2008 г.

12. Копии учредительных документов, подтверждающих регистрацию компании в Российской Федерации.

13. Копия лицензионного соглашения между компаниями "адидас АГ" и "адидас Интернационал Б. В.", зарегистрированного Роспатентом за №5170-5173 от 18 августа 1998 г.

14. Копия лицензионного соглашения между компаниями "адидас Интернациональ Б.В." и ООО "АДИДАС", зарегистрированного Роспатентом за №5174-5177 от 18 августа 1998 г.

15. Копии Контрактов на поставку товаров.

16. Копия материалов Конкурса "Народная марка", опубликованных на сайте [www.Narodnayaamarka.ru](http://www.Narodnayaamarka.ru).

17. Копия статьи, подтверждающей присвоение Товарному знаку adidas статуса "Супербренд 2006".

18. Копия материалов, размещенных на сайте [Sostav.ru](http://Sostav.ru), о результатах исследования Рекламного агентства Young&Rubicam.

19. Копия статьи "adidas" вошел в "Топ 100 самых упоминаемых брендов Рунета" за 2001 год, размещенная на сайте издательского дома "Аргументы и Факты".

20. Копия материалов о результатах рейтинга "Любимые бренды россиян", размещенных на сайте [www.top20brands.ru](http://www.top20brands.ru).

21. Копия материалов ТОП-100 рекламодателей в СМИ в марте 2005 г., размещенных на сайте [Sostsv.ru](http://Sostsv.ru).

22. Диск, содержащий запись телевизионной рекламы Товарного знака adidas.

23. Копия агентского договора №КОМ-043-А от 14.11.2003 г. с компанией "Партнер Комюникейшинз" на адаптацию рекламных роликов для использования на территории РФ.

24. Копия статьи "Adidas сделает невозможное ничем", Источник: www.sf-online.ru.

25. Копия статьи "Друзья из прошлого", журнал "Компания" №516 от 16 июня 2008 г.

26. Диски, содержащие рекламу в СМИ и различные публикации.

27. Журнал YES! май 2008 г.

28. Копия Договора №33 от 19.02.1997 г. на размещение рекламной информации на троллейбусах.

29. Копия Договора №51/00 от 21.08.2000 г. на размещение рекламной информации на троллейбусе (маршрут №53) сроком на три месяца.

30. Копия Отчета НК-АУТОДОР о проведении рекламной кампании ADIDAS на транспорте в г. Москве за 2003 г.

31. Копия Договора №47 от 10.02.2000 г. на размещение рекламной информации и техническое обслуживание рекламных установок в виде щитов размером 3X6 м., акт сдачи-приемки работ от 15.03.2000 г.

32. Копия Договора №0838-16357 на размещение средств наружной рекламы и информации в г. Москве от 28.02.2000 г.

33. Копия Договора №05/07 от 04.07.2000 г. на изготовление, монтаж и регистрацию в муниципальных органах световой рекламы магазина "ADIDAS".

34. Копия Отчета о проведении рекламной компании "ADIDAS" на магистральных щитах 3X6 м в г. Москве за сентябрь 2001 г.

35. Копия Договора №99ДЖ от 18.12.2001 г. на размещение рекламной информации и техническое обслуживание рекламных установок в виде щитов размером 3X6 м.

36. Копия Договора №182/02 от 12.08.2002 г. на размещение рекламной информации и техническое обслуживание рекламных установок в виде щитов размером 3X6 м.

37. Фото наружной рекламы.

38. Копии статей, подтверждающих проведение рекламной компании знака adidas.

39. Копия договора, подтверждающая сотрудничество с коммуникационным агентством "Карат" от 01.02.2003 г.
40. Копия пособия для организации турниров adidas Streetball Challenge'99.
41. Копия статьи "Площадь Революции - адрес баскетбольного суперстадиона", газета "Новые Известия" от 15.08.1998 г. (тираж 120000 экз.).
42. Копия статьи "Братание под кольцами, около 70 тысяч москвичей побывали на фестивале корзин", газета "Труд" от 18.11.1998 г. (тираж 1050500 экз.).
43. Копия статьи "Чемпионы России известны. Впереди - Париж", газета Спорт-Экспресс от 18.08.1998 г.
44. Копия статьи "Коби Брайант выбрал себе в соперники Россию", газета Спорт-Экспресс от 15.09.1998 г.
45. Копия статьи "Больше, чем игра" в журнале "Спорт-Экспресс".
46. Копии материалов по стритболу, размещенные на сайте Компании [www.adidas.ru](http://www.adidas.ru).
47. Фотографии известных артистов, телеведущих, спортсменов в одежде компании "адидас АГ".
48. Копия Соглашения от 01.12.1996 г. с Футбольным клубом "Динамо" Москва на поставку снаряжения клуба.
49. Копия Договора №74-П от 25.04.1997 г. на оказание услуг по размещению рекламы в период подготовки и проведения Московского Марафона и Суперкубка "Москва-Лужники-97" на территории АО "Лужники".
50. Копия Договора о техническом спонсорстве от 01.10.1998 г. на сотрудничество в деле привлечения населения к занятиям физической культурой и спортом, приобщение населения к мировым стандартам качества спортивной продукции и рекламы товаров фирмы "adidas", заключенный с ООО "ФИТ энд ФАН".
51. Копия Договора о техническом спонсорстве №Д1/98 от 27.03.1998 г. с Федерацией Дзюдо России.
52. Копия Спонсорского соглашения от 27.11.1998 г. с Футбольным Клубом "Спартак" (Москва).
53. Фотографии летнего спортивного лагеря для одаренных детей abc basketball camps, спонсируемого компанией "адидас АГ" (Санкт-Петербург, лето 1999 г.).

54. Копия Договора №1 о сотрудничестве и взаимодействии с Региональной общественной организацией "Динамо" от 01.11.1999 г.

55. Копия Соглашения от 25.11.1999 г. с хоккейным клубом "Динамо".

56. Копия Договора о техническом спонсорстве №1-И от 01.01.2000 г. с компанией ООО "VIP Classic".

57. Копия статьи из журнала TotalFootball №5(16) май 2007 г., подтверждающей спонсорство компании "адидас АГ" Футбольного клуба "Сатурн".

58. Копии статей, подтверждающих спонсорство компании "адидас АГ" российских футбольных клубов и российских спортсменов.

59. Копия статьи "Adidas оденет нас?" К. Гончарова, опубликованной в "Собеседнике" 26.11.2008 г.

60. Копия статьи "Спортсмены и мода. Во что и как одевают футболистов" С. Лопатенка.

61. Фотографии известных спортсменов в одежде компании «адидас АГ».

62. Копия статьи из журнала Индустрия рекламы 13(112) июль 2006, рассказывающей о создании компьютерной игры "+10 Impossible Team".

63. Копии статей из сети Интернет, подтверждающих информацию о победе в номинации "Лучшая Advergame в России" компьютерной игры "+10 Impossible Team", разработанной медийным агентством "Карат" по заказу компании "адидас АГ".

64. Копия статьи "Магазины держатся на трех лейблах", опубликованной 29.10.2004 г. в деловой газете Татар.ру.

65. Копия статьи "Обзор рынка спортивных товаров 2006", маркетинговые исследования, аналитическая справка агентства АВАРУS Market Research за 2005 г.

66. Копия статьи "Рынок спортивных товаров - один из самых "теневых" и быстрорастущих в России" от 13.12.2006 г.

67. Копия статьи "Обзор рынка спортивных товаров 2007", маркетинговые исследования.

68. Копии статей о выявлении таможенными органами контрафактной продукции, маркированной Товарным знаком adidas.

69. Копия статьи "Российский fashion-рынок сегодня", опубликованной в журнале "Модный magazine" №13(47), 2006 г.

70. Копия статьи "Модная экипировка или спортивная одежда", опубликованной в журнале "Модный магазин" в 2002 г.

71. Перечень розничных магазинов компании "адидаас АГ", открытых по России за период с 1997 г. по 2008 г. включительно.

72. Копия опубликованного в журнале in Sports 5/07 интервью председателя Совета директоров и CEO adidas Group Герберта Хайнера "Мы чувствуем высокую ответственность, присущую любому лидеру рынка".

73. Копия статьи "Adidas: стратегия роста", опубликованной в журнале "Новости торговли".

74. Копия статьи "Биполярный спортивный рынок", опубликованной в журнале "Эксперт" №22/11-17 июня 2007 г.

75. Копия статьи "Интервью: Герберт Хайнер, генеральный директор Adidas Group", опубликованной в газете "Ведомости" 23 мая 2007 г.

76. Копия интервью "Лучший наш продавец - футболист Дэвид Бекхэм" - Герберт Хайнер, опубликованного в газете "Ведомости" 24.05.2007 г.

77. Копия материалов, представленных NPD, прогнозы MI EMEA о российском рынке спортивных товаров на 2006-2008 гг.

78. Результаты исследования "ГФК-Русь": какие бренды одежды и обуви известны в регионах 11.12.2006 г.

79. Статья "Региональное проникновение брендов одежды и обуви", дата публикации: 13.12.2006 г., ссылка на статью [www.advertoloav.ru/article39906.html](http://www.advertoloav.ru/article39906.html).

80. Статья "Крупный счет" в журнале "Sales business/Продажи" №7 июль 2007г.

81. Отчет по исследованию признания товарного знака adidas (м.р. 487580) общеизвестным товарным знаком в РФ для товаров 18 класса МКТУ (спортивные сумки), 25 класса МКТУ (одежда, обувь, головные уборы), 28 класса МКТУ (мячи). Опрос проведен Аналитическим Центром Юрия Левады в период с 26 января по 03 февраля 2010 года.

82. Маркетинговый отчет по исследованию имиджа Товарного знака adidas (м.р. 487580) и отношения потребителей к прямым продажам, подготовленный Компанией "Интерактив Ресёч Групп", Москва, декабрь 2003 г.

83. Маркетинговый отчет компании "Холл энд Партнерс" (Hall & Partners) по "Исследованию о восприятии бренда в России", Москва, май 2007, октябрь 2007, июнь 2008, октябрь 2008.

84. Маркетинговый отчет компании "Холл энд Партнерс" (Hall & Partners) по исследованию текущей ситуации "Образа и презентации бренда", Москва, октябрь 2008 г.

85. Журнал Модный magazine №3(49), 2007 г. "Московский рынок мужской одежды среднего класса", статья Алексея Кобякова, маркетолога-аналитика агентства SYMBOL-MARKETING.

86. Журнал Модный magazine №4(50), 2007 г. "Они любят комфорт", исследование предпочтений московской молодежи при выборе обуви.

87. Копии материалов с сайта [www.top20brands.ru](http://www.top20brands.ru) Любимые бренды россиян "Первые в категориях".

88. Копии материалов с сайта [www.top20brands.ru](http://www.top20brands.ru) Любимые бренды россиян "Рейтинг по категориям".

89. Копии материалов журнала "Популярная механика" статья "Мячик для битья: Как делают мячи для кубка УЕФА", февраль 2004 г.

90. Копия статьи "Официальный мяч Евро-2004 станет самым продаваемым в мире", газета Финансовые Известия, 28.06.2004 г.

91. Копия статьи "Мяч, изготовленный Adidas для Евро-2004, обогатил компанию. И вызвал ярость у футболистов", газета Финансовые ИЗВЕСТИЯ, 05.07.2004 г.

92. Копия статьи «Для чемпионата Европы по футболу "Адидас" подготовил 2370 очень необычных мячей», ИТАР-ТАСС, Урал, 10.06.2004 г.

93. Копия статьи "Кто сказал, что для игры в футбол нужен один мяч?", Мир футбола, 07.12.2005 г.

94. Копия статьи "Черный, белый и немного золота: И круглее всех предшественников", журнал "Популярная механика", февраль 2006 г.

95. Копия статьи "Мячи adidas под стенами московского Кремля", Fashion Street, 03.04 2008 г.

96. Копия статьи "Без Адидас не было бы финала Евро 2008", газета Заполярный Вестник, 29.06.2008 г.

97. Копия рекламы мяча 2008 г. Europass в журнале "SPORTWEEK РОССИЯ" №9 17-24 июня 2008 г

98. Копия статьи "Электронный мяч от Adidas и Cairos" от 19.01.2008 г.

99. Копия статьи "adidas представляет новый официальный мяч Лиги" от 25.07.2007 г.

100. Копия статьи из журнала "Секрет фирмы" "FIFA одобрила мячик с микрочипом" от 28 марта-03 апреля 2005 г.

101. Копия статьи "Футбольный мяч со встроенным микрочипом проверяют на молодежных командах" 27.02.2005 г. "Новости спорта".

102. Копия статьи "Adidas" намерен продать 10 млн. мячей для ЧМ по футболу в 2006 г. ИТАР-ТАСС 09.12.05 г.

103. Копия Договора №172 от 10.03.1998 г. с ЗАО "Спорт-экспресс" о публикации рекламных объявлений.

104. Копии рекламных материалов, подтверждающих известность Товарного знака adidas в отношении рубрики 18 класса МКТУ - спортивные сумки, опубликованных в журналах "Playboy", NRG (апрель 2005 г., Cosmopolitan (март 2005 г.), OOPS! (январь 2005 г.).

105. Оригинал справки, заверенной уполномоченным лицом компании "Адидаас АГ", подтверждающей достоверность информации используемой в заявлении, а именно: Импорт товаров на территорию России; Каналы распространения рекламных сообщений; Распределение количества показов рекламных роликов на национальных и региональных каналах российского телевидения; Объем рекламы ключевых рекламных площадок компании "Адидаас АГ" в 2008 г.; Информация о площадях для наружной рекламы, арендованных компанией в 2008 г.; Рабочий маркетинговый бюджет Компании в России; Затраты Компании на продвижение товаров в России за 2007-2008 гг.; Объем продаж товаров под Товарным знаком adidas в России; Среднегодовое количество потребителей и посетителей магазинов Компании.

104. Каталоги.

105. Копии материалов в журналах и газетах.

106. Копии материалов, подтверждающих использование товарного знака adidas на вывесках магазинов, в оформлении торговых залов.

107. Копия Соглашение между ООО "Адидаас" и ФГУП "Локомотив Московской железной дороги".



108. Копия Отчетов ЗАО "Футбольный Клуб "Локомотив" о проделанной работе в рамках реализации прав технического спонсора ФК "Локомотив" за 2005, 2006 гг.

109. Копия договора возмездного оказания услуг №45-08/к от 15 декабря 2007 г. между ООО "Адидас " и ЗАО "ФК "Локомотив".

110. Фото футбольных матчей с рекламой товарного знака adidas.

111. Диски с трансляцией футбольных матчей Сборной России с Уэльсом, Германией и Финляндией 2008 г., подтверждающей использование товарного знака adidas на рекламных щитах стадионов.

112. Фото проведения финала Российского турнира adidas Streetball Challenge' 98.

113. Фото проведения Чемпионата УЕФА по футболу в Москве на Красной площади.

114. Копия макетов от 29 марта 2007 г.

115. Копия макета визитки.

116. Копия макета флага в офисе.

117. Копия макета учебного пособия "Жажда свершений".

118. Копия макета информационных карт.

119. Копия макета баннера.

120. Копия макета стадионных баннеров "adidas+10".

121. Копия макета проекта оформления зала для пресс-конференции.

122. Копии статей о подделке товаров, маркированных товарными знаками компании «Адидас АГ».

123. Экипировка команд 1998-2009 гг.

124. Распечатки материалов из сети Интернет.

Изучив представленные заявителем материалы, экспертная комиссия считает возможным удовлетворить заявление от 28.06.2010.

Правовая база для рассмотрения заявления от 28.06.2010 включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883, пересмотренную в Брюсселе 14.12.1900, в Гааге 06.11.1925, в Лондоне 02.06.1934, в Лиссабоне 31.10.1958 и Стокгольме 14.07.1967 и измененную 02.10.1990 (далее – Парижская конвенция), четвертую часть Гражданского кодекса Российской Федерации, введенную в действие с 01.01.2008 Федеральным законом от 18.12.2006 № 231-ФЗ (далее – Кодекс) и Правила признания товарного знака общеизвестным в Российской Федерации, утвержденные

Приказом Роспатента от 17.03.2000 № 38, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.05.2000 за № 2231 (далее – Правила ОИ).

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

В соответствии с пунктом 1 статьи 1508 Кодекса по заявлению лица, считающего используемый им товарный знак общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации в соответствии с международным договором Российской Федерации, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности может быть признан общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если этот товарный знак в результате интенсивного использования стал на указанную в заявлении дату широко известен в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

Согласно пункту 2.2 Правил ОИ фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака, которые должно содержать заявление в соответствии с пунктом 2 Правил ОИ, могут быть представлены, например, следующими, содержащимися в соответствующих документах сведениями:

- об интенсивном использовании товарного знака на территории Российской Федерации;
- о странах, в которых товарный знак приобрел широкую известность;
- о произведенных затратах на рекламу товарного знака;
- о стоимости (ценности) товарного знака;
- о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака.

Международная регистрация №487580 словесного знака «adidas» произведена Международным бюро ВОИС 25.08.1984 в отношении товаров 18, 25, 28 классов МКТУ.

Анализ фактических данных, содержащихся в заявлении от 28.06.2010, свидетельствует о следующем.

Заявителем является немецкая компания, которая начала свою деятельность с момента ее регистрации в 1949 году. На настоящий момент это одна из крупнейших и

лидирующих мировых компаний по производству широкого ассортимента товаров, включающего спортивную одежду, обувь, головные уборы, спортивное оборудование и инвентарь - наколенники, налокотники, щитки, гантели, перчатки и др., мячи, спортивные сумки. У данной компании насчитывается более 170 филиалов, расположенных в разных странах мира, которые гарантируют ее присутствие на мировых рынках.

Впервые обозначение «adidas» появилось в 1949 году и было образовано от первых букв имени и фамилии основателя компании Ади Дасслера. На протяжении всей деятельности заявителя данное обозначение постоянно используется при маркировке всей производимой продукции именно в том виде, в котором оно получило правовую охрану в качестве знака по международной регистрации №487580. Согласно маркетинговой политике заявителя словесное обозначение «adidas» может использоваться в сочетании с иными, принадлежащими заявителю знаками, в виде трех полосок или трилистника.

Анализ материалов заявления показывает, что знак по международной регистрации №487580 «adidas» является частью фирменного наименования правообладателя «adidas AG», в связи с чем для потребителя всегда существует неразрывная связь товара и его изготовителя.

С целью приобретения узнаваемости товаров под обозначением «adidas» компанией «adidas AG» проводятся множество мероприятий. Например, компания «adidas AG» предоставляет спортивную одежду, обувь, головные уборы, сумки, мячи, инвентарь для спортсменов, обслуживающего персонала, всех технических служб и волонтеров во время проведения Олимпийских игр (в 1984 году на летних Олимпийских играх в Лос - Анджелесе заявитель предоставил спортивные товары для представителей 124 из 140 стран – участниц). Кроме того, заявитель является официальным спонсором и поставщиком мячей для всех футбольных турниров UEFA и FIFA (с 1970 года), предоставляет экипировку арбитрам и судьям на линии. Помимо этого, компания «adidas AG» сотрудничает с футбольными федерациями Аргентины, Китая, Дании, Франции, Германии, Греции, Японии, Нигерии и др. В экипировке «adidas» выступают футбольные клубы Челси, Ливерпуль, Реал Мадрид, а также лучшие футболисты мира: Кака, Лионель Месси, Дэвид Бекхэм, Дэвид Вилья и др.

Компания «adidas AG» проводит общемировые рекламные кампании производимой продукции под знаком «adidas» на телевидении, в кинотеатрах, в печатных СМИ, в качестве наружной рекламы и т.д. В 2004 году по всему миру прошла рекламная компания

«Невозможное возможно», в 2005 году – «Созданы для совершенства», позже рекламная компания под названием «Отдай мяч».

С усилением рекламной кампании возрос интерес потребителей к товарам заявителя, что привело к расширению их ассортимента. Каждая новая коллекция компании «adidas AG» насчитывает 180 моделей обуви, 300 моделей различных видов текстильной продукции для более чем 8 видов спорта. Компания постоянно совершенствует технологии по производству мячей (на долю компании «adidas AG» приходится около 30% мирового рынка мячей). Кроме того, заявитель регулярно представляет новые модели спортивных сумок и спортивного инвентаря.

Интенсивная рекламная кампания привела к увеличению продаж спортивных товаров, маркированных знаком «adidas». Согласно представленным сведениям рост прибыли компании с 1999 года по 2008 год составил 50% и возрос с 5, 354 млрд. евро до 10,799 млрд. евро. На 01.01.2009 знак «adidas» показал положительный рост в сегментной выручке, увеличившейся в годовом исчислении на 43,4% за десятилетний период.

На 01.01.2009 знак заявителя «adidas» приобрел широкую известность и входил в число наиболее признанных знаков во всем мире. Согласно оценкам журнала «Business Week» в 2003 и 2004 гг. знак «adidas» занимал 67 место среди «Лучших брендов мира» и оценивался в 3,9 млрд. долларов США. В 2006 году консалтинговая компания «Interbrand» совместно с журналом «Business Week» публикует рейтинг «Топ 100 лучших мировых брендов», в котором знак «adidas» занимает 71 место, его стоимость увеличилась на 6% и составила 4, 290 млрд. долларов США. С каждым годом стоимость знака «adidas» увеличивалась и на 2007 год составляла уже 4, 767 млрд. долларов США (+11%), на 2008 году – 5, 072 млрд. долларов США (+6%) и к 2009 году – 5,397 млрд. долларов США (+6,41%). По рейтингу сайта «Global Brand» знак «adidas» на 01.01.2009 вошел в рейтинг самых сильных мировых брендов и занял девятую строчку.

В 1992 году компания «adidas AG» открыла представительство в Российской Федерации (АОЗТ «Адидас-Москва.Ltd.»), главной задачей которого стало активное продвижение товаров компании на российском рынке. Впоследствии представительство было реорганизовано в ЗАО «Адидас-Москва.Ltd.», а затем в ООО «АДИДАС».

Правообладателем предоставлена исключительная лицензия на использование знака по международной регистрации №487580 дочерней компании «Адидас Интенациональ Б.В.». В свою очередь, указанная выше компания предоставила на

территории Российской Федерации sublicense на использование знака «adidas» для производства, импорта, распространения и продажи товаров под обозначением «adidas» российскому представительству. Таким образом, на территории Российской Федерации интересы компании «adidas AG» представляет ООО «АДИДАС».

На 01.01.2009 в Российской Федерации было открыто более 440 магазинов почти во всех регионах и крупных городах, через которые происходит реализация товаров под знаком «adidas», что подтверждает широкий географический охват рынка сбыта продукции.

С целью приобретения узнаваемости знака заявителя «adidas» в отношении производимых товаров проводятся рекламные кампании во всех средствах массовой информации – телереклама, реклама на транспорте, печатная реклама, радиореклама, городская и Интернет реклама, что подтверждается копиями договоров о размещении рекламы за различные годы. По данным компании TNS Gallup AdFact на 2005 год заявитель входил в ТОП-100 рекламодателей в СМИ и занимал в рейтинге 41 строчку. Согласно представленным сведениям затраты компании на продвижение товаров путем проведения различных рекламных мероприятий в 2007 году составили 12, 147 млн. долларов США, а в 2008 году 19,131 млн. долларов США.

Для привлечения интереса к товарам марки «adidas» заявитель обеспечивает спортивной одеждой и обувью, головными уборами, мячами и инвентарем российские футбольные клубы «Зенит», «Спартак», «Динамо» и др. Оказывает спонсорскую поддержку таким атлетам, как Марат и Динара Сафины, Сергей Семак, Роман Павлюченко, Мария Кириленко и др. Компания поддерживает Федерацию лыжных гонок, Федерацию бобслея и скелетона, Федерацию тяжелой атлетики, Союз биатлонистов России, Федерацию бокса и др. В экипировке «adidas» российские спортсмены ежегодно одерживают не одну победу, как на международных, так и на национальных состязаниях.

Кроме того, для продвижения товаров своей марки компания «adidas AG» с 1993 года занимается организацией и проведением спортивной игры стритбол (стоимость проведения 150 тыс. долларов США), в которой ежегодно принимают участие около 48 тыс. человек. В результате этой маркетинговой акции стимулируется к покупкам молодежь. Данная акция способствует возникновению прочной ассоциативной связи между компанией заявителя и спортом, в том числе спортивными товарами под знаком «adidas».

По результатам различных рейтингов и исследований знак «adidas» на протяжении многих лет неизменно занимает лидирующие позиции среди наиболее успешных и узнаваемых знаков. О высоком рейтинге популярности знака свидетельствуют результаты исследований рекламного агентства «Young&Rubicam», компании «WebScan Technologies», исследовательской компании «Online Market Intelligence».

Высокую репутацию знака «adidas» и его производителя подтверждает тот факт, что знак «adidas», используемый при маркировке спортивных товаров, обуви, головных уборов, мячей и спортивных сумок, неоднократно становился победителем конкурса «Народная марка» и обладателем титула «Супербренд».

Широкий географический охват рынка, а также активная рекламная кампания привели к увеличению посещаемости магазинов «adidas», а также к увеличению объемов продаж спортивной одежды и обуви, головных уборов, мячей и сумок, а также спортивного инвентаря под знаком «adidas». В частности, в 2007 году количество потребителей составляло 2, 941, 582 человека, а в 2008 году увеличилось до 3, 870, 832 человек. В 2004 году суммарный объем продаж указанных товаров под знаком «adidas» составил 135,486 тыс. долларов США, в 2005 году – 194, 113 тыс. долларов США, в 2006 году – 294, 689 тыс. долларов США, в 2007 году – 462, 911 тыс. долларов США, а к 2008 году уже 687, 223 тыс. долларов США. Таким образом, к 01.01.2009 объемы реализации продукции, выпущенной под знаком «adidas», однозначно показывают высокую степень его использования.

Аналитическим Центром Юрия Левады в январе-феврале 2010 г. был проведен опрос общественного мнения среди 1500 человек в Москве, Санкт – Петербурге, Самаре, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Новосибирске. По данным указанного социологического опроса 96% потребителей знают знак «adidas». Абсолютное большинство респондентов (99%) правильно отождествляют знак «adidas» как принадлежащий компании «adidas AG». Следует также отметить, что у участников социологического опроса знак «adidas» ассоциируется со спортивной одеждой (98 %), спортивной обувью (85%), головными уборами (64%), мячами (38%). Знак «adidas» имеет высокий уровень ретроспективной известности среди потребителей России: 67% потребителей знак стал известен ранее 2000 года, в 2000-2004 годах с ним познакомились 18 % потребителей, в 2005-2006 – 9%, а в 2007-2008 – 4%. Источником знания большинства потребителей России о существовании знака «adidas» является непосредственный опыт – покупали сами (27%), увидели на людях (22%), видели в

продаже (21%), покупали родственники, знакомые (11%), из рекламы (7%), слышали от родственников, знакомых (2%).

Указанный опрос свидетельствует об устойчивой ассоциативной связи в сознании потребителя между знаком «adidas» и компанией «adidas AG», а также производимыми ей спортивными товарами, спортивной одеждой, обувью, головными уборами, мячами и спортивными сумками.

Учитывая вышеизложенное, Экспертная комиссия считает представленные фактические данные убедительными доказательствами общеизвестности знака по международной регистрации №487580 на территории Российской Федерации в отношении товаров «спортивные сумки» 18 класса МКТУ, товаров «спортивная одежда, в том числе головные уборы; спортивная обувь» 25 класса МКТУ, товаров «спортивные товары; мячи» 28 класса МКТУ с 01.01.2009.

Руководствуясь статьей 6 bis Парижской конвенцией, статьей 1508 Кодекса и Правилами ОИ, Экспертная комиссия решила:

**удовлетворить заявление от 28.06.2010 и признать с 01.01.2009 знак «adidas» по международной регистрации №487580 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении товаров «спортивные сумки» 18 класса МКТУ, товаров «спортивная одежда, в том числе головные уборы; спортивная обувь» 25 класса МКТУ, товаров «спортивные товары; мячи» 28 класса МКТУ на имя компании «adidas AG», Adi-Dassker-Strasse 1 91074 Herzogenaurach Germany.**