

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

**по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 01.01.2008 Федеральным законом от 18.12.2006 № 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) и Административным регламентом 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, утвержденным 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 29.11.2019, о признании словесного обозначения «БАЙКАЛ» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.05.2019 на имя Общества с ограниченной ответственностью «Байкал», 664011, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Горького, д. 31, этаж 4, пом. 408 (далее – заявитель), в отношении товаров 32 класса МКТУ «безалкогольные газированные напитки».

Обозначение «БАЙКАЛ», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является словесным обозначением, выполненным буквами русского алфавита, стандартным шрифтом.

Для подтверждения общеизвестности обозначения «БАЙКАЛ» заявителем были представлены следующие материалы:

1. Аналитический отчет по итогам всероссийского социологического опроса потребителей «Характер известности товарного знака «БАЙКАЛ» среди

потребителей России», используемого для маркировки товаров 32 класса МКТУ – напитки безалкогольные, лимонады (документ 2 том 1);

2. Отчёт об оценке рыночной стоимости исключительных прав ООО «Байкал» на товарные знаки «БАЙКАЛ» № 30/05/19 и Экспертное заключение на Отчёт (документ 3 том 1);

3. Выписка из реестра товарных знаков на товарный знак «БАЙКАЛ» по свидетельству № 141917 (документ 4 том 1);

4. Копии свидетельств на товарные знаки «БАЙКАЛ» (документы 4-22 том 1, документы 3- 5 доп. том 1);

5. Копии Лицензионных договоров о предоставлении права использования товарных знаков «БАЙКАЛ» по свидетельствам №№ 152007, 141917 между ООО «Байкал» и ООО «ПК «АКВАЛАЙФ» (документ 23 том 1), по свидетельствам №№ 59925, 151442, 203612 между ГНУ ВНИИ ПБиВП и ООО «Байкал» (документ 24 том 1);

6. Копии Сублицензионных договоров от 29.11.2011 о предоставлении права использования товарных знаков «БАЙКАЛ» по свидетельствам №№ 152007, 141917 между ООО «Байкал» и ООО «ПК «АКВАЛАЙФ» (документ 25 том 1), по свидетельствам №№ 152007, 141917 между ООО «Байкал» и ООО «ПК «АКВАЛАЙФ» (документ 26 том 1);

7. Копия Договора поставки № ОРОН-1301-201105 от 01.03.2011 (документ 27 том 1);

8. Копия лицензии на пользование недрами серия МСК № 03027 (документ 28 том 1);

9. Копия Свидетельства о регистрации ООО «Байкал» (документ 29 том 1);

10. Копия Листа записи из ЕГРЮЛ на ООО «Байкал» (документ 30 том 1);

11. Выписка из ЕГРЮЛ на ООО «Байкал» из ЕГРЮЛ на ООО «Байкал» (документ 31 том 1);

12. Копия Устава ООО «Байкал» (документ 32 том 1);

13. Письмо от ООО «Байкал» (г.Ульяновск) (документ 33 том 1);

14. Копия договора № 1У/2012 о передаче полномочий единоличного исполнительного органа Управляющему (документ 34);
15. Меморандум Baker McKenzie (документ 35);
16. Копия Заявления о внесении товарного знака «БАЙКАЛ» в Реестр объектов интеллектуальной собственности ФТС России от 25.10.2019 вх. № 56256;
17. Копии документов, подтверждающих участие в международных выставках, конкурсах, ярмарках с присвоением золотых и серебряных медалей с 1997 г. по 2019 г., благодарственные письма (документы 1-19 том 2, документы 31-51 доп. том 1);
18. Информационное письмо ВНИИ ПБП от 13.12.2001 года № 715, (документ 19 том 2);
19. Рецепт напитка «БАЙКАЛ» (документ 20 том 2);
20. Договоры на создание научно-технической документации от 21.05.2011 (документ 21 том 2), от 29.07.2015 (документ 22 том 2);
21. Протоколы испытаний № 06-30414\13 от 04.03.2016, № 19813 от 09.07.2018, № 3758 от 21.02.2018, № 3759 от 21.02.2108 (документы 23 том 2);
22. Сертификат кошерности (документ 24 том 2);
23. Протокол заседания дегустационной комиссии от 30.11.2004, 29.11.2006, 28.11.2007, 25.11.2009, 24.11.2010 (документы 25 – 29 том 2);
24. Сертификат соответствия № 0243520 (документ 30 том 2);
25. Декларации о соответствии таможенного союза (документ 31, 32 том 2);
26. Декларации о соответствии ЕЭС (документ 33, 34 том 2);
27. Отчёты Всесоюзного НИИ пиво-безалкогольной промышленности за 1972-1982 гг. (документы 1- 11 том 3);
28. Приказы Минпищепрома ССР № 193 от 29.10.1976, № 119 от 08.06.1977, № 165 от 15.08.1977, № 34 от 07.02.1980 (документы 12-15 том 3);
29. Лицензионные соглашения и договоры с 19.07.1979 по 16.08.2008 с разными лицами (документы 17-37 том 3);
30. Письмо от 07.09.1979 № 1-22/4886 (документ 38 том 3);
31. Акт от 01.02.1980 (документ 39 том 3);

32. Письмо от 19.02.1980 № 1-20 (документ 40 том 3);
33. Письмо от 19.02.1980 № 1-20/508 (документ 41 том 3);
34. Служебная записка от 18.02.1980 (документ 42 том 3);
35. Акт от 30.05.1980 (документ 43 том 3);
36. Письмо от 16.01.1985 №1-17 (документ 44 том 3);
37. Роялти - Лицензионные соглашения по ТЗ «БАЙКАЛ» (документ 45 том 3);
38. Смета расходов лицензиара по разработке, внедрению регистрации и рекламе товарного знака «БАЙКАЛ» на 1988-1997 гг. (документ 46 том 3);
39. Отчёты о выпуске напитка «БАЙКАЛ» за период с 10.02.1997 по 30.03.1997 (документы 47-58 том 3);
40. Справки об объёмах производства напитка «БАЙКАЛ», и Интернет-магазины (документы 1-2 том 4);
41. Протоколы, письма, служебные записки, акты за период с 27.03.1979 по 16.01.1985 (документы 3-10 том 4);
42. Справка о производстве напитков «БАЙКАЛ» за 1986 год, дело № 606-51, дело № 606-29 (документы 11-12, 14 том 4);
43. Исследование производства безалкогольных напитков в сегменте «БАЙКАЛ» (документ 13 том 4);
44. Данные ритейл-аудита за период с 2010 по 2011 гг. (документ 15 том 4);
45. Письмо № 02.01 от 18.08.2016, перечень затрат на маркетинг и рекламу, (документы 16-17 том 4);
46. Договоры на оказание маркетинговых услуг с 01.12.2010. по 06.02.2019 (документы 18-41 том 4);
47. Данные ритейл-аудита компании «Nielsen» (документ 42 том 4);
48. Договоры с 01.12.2008 по 28.06.2019 с товарными накладными и счёт-фактурами (документы 1-18 том 5);
49. Договоры поставки от 12.04.2010 по 23.05.2019 с товарными накладными (документы 1 – 22 том 6, документы 1-29 том 7);

50. Контракты с иностранными партнерами с 24.02.2012 по 02.04.2019 (документы 1- 13 том 8);

51. Справка по отгрузкам напитка «БАЙКАЛ» в зарубежные страны (документ 14 том 8);

52. Копии рекламных материалов напитка «БАЙКАЛ» (документы 1-57 том 9, документы 1-17 том 10, документы 1-38 доп. том 11, документы 1-35 доп. том 12);

53. Динамика развития бренда «БАЙКАЛ» (документ 18 том 10);

54. Решения судебных органов разных областей (документы 1-32 том 11);

55. Копии Эфирных справок разных телеканалов (документы 1-35 том 12, документы 1-49 доп. том 2, документы 1- 37 доп. том 7, документы 1-44 доп. том 10);

56. Копия Сборника «Рецептуры на безалкогольные напитки» 1973 г., 1991 г. (документы 1-2 доп. Том 1);

57. Копия Агентского соглашения № 1 от 10.05.2018 (документ 52 доп. том 1);

58. Копия Рецептуры РЦ 1107-67320412-01-15 от 31.07.2015 (документ 7 доп. том 1);

59. Этикетка напитка «БАЙКАЛ» (документы 10-11 доп. том 1).

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (29.11.2019) 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, включает, в частности, подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы (далее - материалы), в том числе заявитель имеет право представить в Роспатент документы, содержащие следующие сведения:

- об интенсивном использовании товарного знака или обозначения, в частности, на территории Российской Федерации. При этом по инициативе заявителя указываются: дата начала использования товарного знака, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака или обозначения; объем реализации этих товаров; способы использования товарного знака или обозначения; среднегодовое количество потребителей товара; положение изготовителя на рынке в соответствующем секторе экономики и тому подобные сведения;

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

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

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

- о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака или обозначения, проведенного специализированной независимой

организацией, которые могут быть оформлены с учетом рекомендаций, размещенных на интернет-сайте Роспатента.

Анализ фактических данных, содержащихся в поступившем заявлении, свидетельствует о следующем.

Согласно материалам заявления [том 1, приложения 8 и 9] Заявитель является правообладателем ряда товарных знаков в России, часть из которых включают словесный элемент «БАЙКАЛ».

С апреля 2011 г. ООО «Байкал» является единственной компанией, контролирующей производство и дистрибуцию безалкогольных газированных напитков «БАЙКАЛ» на территории Российской Федерации, а также использующей товарные знаки с элементом «БАЙКАЛ» по свидетельствам РФ №№ 59925, 152007, 203612, 141917, 152007, 151442.

В материалы дела представлены доказательства того, что Заявителем на его продукции в течение длительного времени интенсивно используется комбинированное обозначение, содержащее словесный элемент «БАЙКАЛ», представленное в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике.

В настоящее время промышленный розлив безалкогольных газированных напитков, маркированных комбинированным обозначением в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике, осуществляется на основании лицензионного соглашения с заявителем на предприятии ООО «ПК «АКВАЛАЙФ» ОГРН 1103316001216, местонахождение: 142430, Московская область. Ногинский район, с. Ямкино, 5,5 км северо-западнее промышленная зона Ногинск-23, участок 1, строение 2, согласно Рецептуре РЦ 1107-67320412-01-015 по ГОСТ 28188-2014 от 01.04.2014 [том 2 приложение 20, том 1, приложение 23].

Представленные заявителем документы [том 2 приложение 22- 23, 25-34], доказывают соответствие производимых безалкогольных газированных напитков установленным требованиям к качеству и безопасности пищевых продуктов.

Безалкогольные газированные напитки, маркированные комбинированным обозначением в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике, поставляется в различные государственные учреждения, предприятия оптовой и розничной торговли по всей территории Российской Федерации от Сахалина до Калининграда [том 5, приложение 2].

С учётом объёмов реализуемой продукции в период с апреля 2011 г. (2 795 671 литров на 53 923 346 рублей, 2012 г. - 14 746 294 литров на 316 891 087 рублей, 2013 г. - 13 795 862 литров на 315 025 522 рублей, 2014 г. - 12 761 000 литров, на 312 764 788 рублей, 2015 г. - 14 277 394 литров на 343 297 220 рублей, 2016 г. – 15 027 806 литров на 371 185 138 рублей, 2017 г. - 15 084 584 литров на 424 977 024 рублей, 2018 г. - 15 807 784 литров на 452 216 674 рублей) по июль 2019 г. является достаточным, чтобы в сознании потребителей сформировалась устойчивая взаимосвязь между безалкогольным газированным напитком, маркированным комбинированным обозначением, в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике, и заявителем - ООО «Байкал», и потребители стали воспринимать заявленное комбинированное обозначение «БАЙКАЛ» (в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике) в качестве средства индивидуализации товаров заявителя.

Из представленных документов следует, что продажа безалкогольных газированных напитков маркированных комбинированным обозначением, включающим словесный элемент «Байкал» (в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера



«БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике) осуществляется и через Интернет-магазины. В справке [том 4, приложение 2] дана информация о продажах напитка через Интернет-магазины. Согласно данным ритейл-аудита, проведённого компанией «Nielsen» в августе 2019 г., доля производства безалкогольного газированного напитка, маркированного комбинированным обозначением, включающим словесный элемент «Байкал» в Российской Федерации, произведённого лицензиатом ООО «Байкал» - ООО «ПК «АКВАЛАЙФ» в 2017 г. составляла 94,95%, в 2018 г. - 97,81%, в первом полугодии 2019 г. - 98,17% (том 4 приложение 42).

Доля безалкогольного газированного напитка, маркированного комбинированным обозначением в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике, произведённого по лицензии и под контролем ООО «Байкал», среди всего объёма безалкогольных газированных напитков в Российской Федерации среди отечественных производителей в первом полугодии 2019 г. составляет 5,2%, в 2018 г. - 4,6%, в 2017 г. - 3,4% [том 4 приложение 42].

Из представленных материалов следует, что безалкогольные газированные напитки, маркированные комбинированным обозначением в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике поставляются в 20 зарубежных стран, а именно в США, Германию, Израиль, Армению, Республику Беларусь, Республику Кыргызстан, Латвию, Литву, Сингапур, Эстонию, Объединённые Арабские Эмираты, Францию, Испанию, Казахстан, Китай, Республику Молдову, Польшу, Таджикистан, Украину, Азербайджан. В подтверждение указанного в томе 8, приложение 1-13 приведены договоры (контракты) поставки напитка в зарубежные страны. В 2018 г. объём указанных напитков составил 3 172 687 литров на сумму 6 166 273 рубля, а в 2019 г. 2 201 393 литра на сумму 44 578 975 рублей [том 8, приложение 14].

Безалкогольные газированные напитки, маркированные комбинированным обозначением, в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике, продвигались через каталоги продукции сетевых магазинов ООО «МЕТРО Кеш энд Керри», ЗАО «Дикси», ООО «АІ ПАН», ЗАО «Торговый дом «Перекрёсток», ООО «Копейка», ООО «Лента», «Седьмой континент», "Пятерочка", «О КЕЙ», АО «ТАНДЕР» (сеть «Магнит») и др. по всей территории Российской Федерации от Сахалина до Калининграда.

В целях продвижения на рынке безалкогольных газированных напитков «БАЙКАЛ» (в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике) заявитель ведёт активную рекламную и маркетинговую деятельность всеми известными формами и методами, затрачивая на это много материальных и финансовых ресурсов. Из представленных документов следует, что на проведение рекламной компании напитков маркированных комбинированным обозначением, включающим словесный элемент «БАЙКАЛ» затрачено: 2013 г. - 90 000 000 рублей, 2014 г. - 76 787 260 рублей, 2015 г. - 94794497 рублей, 2017 г. - 148 922 175 рублей, 2018 г. - 74 027 790 рублей [том 4, приложения 16-17].

В материалы дела представлены договоры на оказание комплексных маркетинговых, рекламных услуг, связанных с проведением конкурсов и маркетинговых исследований рынка; разработкой рекламных концепций, роликов, дизайнов бутылки, упаковки и этикетки для напитка маркированного комбинированным обозначением, включающим словесный элемент «БАЙКАЛ» (в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике), оказанием услуг по мерчендайзингу с целью продвижения на рынке, стимулирования продаж, улучшения имиджа и повышения узнаваемости продукции, маркированной комбинированным обозначением

«БАЙКАЛ» [том 4, приложения 18-41]. Дополнительно заявитель представил отчёт о рекламной компании напитка, маркированного комбинированным обозначением, в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике за сентябрь-октябрь 2017 г., подготовленный компанией MediaPlan [том 9, приложение 39].

Заявитель заказывал и распространял по всей территории России рекламные буклеты производимой им безалкогольной продукции, в том числе и безалкогольного газированного напитка, маркированного комбинированным обозначением, в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике. Буклеты распространялись среди потребителей на выставках, конкурсах, маркетинговых акциях и общественных развлекательных мероприятиях [том 9, приложения 15-20].

Наружная реклама безалкогольных газированных напитков, маркированных комбинированным обозначением, в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике: плакаты, билборды, уличные перетяжки - размещались во многих городах России, причем для неё выбирались наиболее оживленные магистрали, например, центральные улицы или дороги в аэропорты. Кроме того, реклама размещалась на транспорте, в частности, в вагонах метро, на грузовых автомобилях [том 9, приложения 21-27, 27а]. Так, только в 2011 г. на рекламу безалкогольных газированных напитков, маркированных комбинированным обозначением, в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике в метро было затрачено 5 641 184 рубля [том 9, приложение 44], а на наружную рекламу - 12 210 691 рубль [том 9, приложение 45].

ООО «Байкал» являлся:

- спонсором международных спортивных мероприятий и соревнований, например, чемпионата мира по футболу «Россия 2018» [том 9, приложение 29], международного турнира «Гран-При 2008» по художественной гимнастике [том 10, приложение 1];

- партнёром различных мероприятий спортивного и культурного характера, проводимых различными государственными и негосударственными организациями и учреждениями, например, Кубка Государственной думы РФ по футболу в июле 2017 года [том 9, приложение 30];

- партнёром футбольных клубов, например, Футбольного клуба «ХИМКИ» [том 9, приложение 31]; участником различных специализированных или развлекательных мероприятий, например, Всероссийского чемпионата мира среди барменов в июле 2018 г. [том 9, приложение 32], либо празднования Дня бармена 2019 г. [том 9, приложение 33].

На вышеуказанных мероприятиях осуществлялось продвижение безалкогольного газированного напитка маркированного комбинированным обозначением, в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике.

Заявитель является владельцем сайта «[baikall977.ru](http://baikall977.ru)», на котором рекламируется безалкогольный газированный напиток, маркированный комбинированным обозначением, в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике [том 9, приложение 35].

Подтверждением проведения рекламы в Интернете является также отчёт о рекламной компании безалкогольного газированного напитка маркированного комбинированным обозначением, в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике, за

сентябрь-октябрь 2017 г., подготовленный компанией MediaPlan [том 9, приложение 39].

Реклама безалкогольного газированного напитка, маркированного комбинированным обозначением, в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике, активно проводилась на телевидении на федеральных и региональных каналах (Первый, Россия 1, Россия 24, ТНТ, СТС, НТВ, Домашний, Звезда, Матч ТВ, Пятница, ТВ центр, Пятый, Рен-ТВ, ТВ-3, Че и др.) по всей территории Российской Федерации [том 9, приложения, 39, 40, 41. 42]. Только на телевизионную рекламу продукта в 2011 г. было затрачено 13 650 000 рублей [том 9, приложение 43]. Реклама напитка регулярно размещалась в печатных изданиях на территории РФ [том 10, приложения 13-16].

Безалкогольные газированные напитки, маркированные комбинированным обозначением «БАЙКАЛ» в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике, неоднократно представлялись на различных международных, независимых, экспертных конкурсах, форумах, выставках, ярмарках и завоёвывали высшие награды (золотые и серебряные медали, дипломы 1 степени) независимых экспертных конкурсов. Например, они были представлены на Международной ярмарке продовольственных товаров и сырья для производства «Продэкспо», Международной выставке продуктов питания и напитков WORD-2000», Специализированной выставке «Российские продукты питания», Международном профессиональном конкурсе «Лучшие безалкогольный напиток, минеральная, питьевая вода года» и др. [том 2, приложения 1-18].


Заявитель постоянно участвует в зарубежных специализированных выставках, например, в Германии в июне 2018 г. [том 9, приложение 34].

Для рекламы безалкогольных газированных напитков «БАЙКАЛ» Заявителем и подконтрольными ему лицами на протяжении ряда лет осуществлялся выпуск

сувенирной продукции: настенных календарей [том 10, приложения 5-6], пакетов [том 10, приложения 7-8], различных канцелярских папок [том 10, приложение 9].

Согласно рекламным материалам, публикациям в сети газированный напиток



маркировался комбинированным обозначением «» с незначительными изменениями, не меняющими его существа.

Таким образом, из представленных документов усматривается факт производства и реализации газированного напитка, маркированного данной этикеткой.

При этом из представленных к заявлению документов не усматривается, что заявленное обозначение самостоятельно (без изображения в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике) использовалось как средство маркировки безалкогольных газированных напитков.

Совместное использование словесного элемента «БАЙКАЛ» с изображением в форме темной этикетки, в центральной части которой располагается стилизованное изображение озера «БАЙКАЛ», а также выполненный по дуге словесный элемент «БАЙКАЛ» в оригинальной графике создает устойчивый образ, который уже признан в установленном порядке общеизвестным товарным знаком на территории



Российской Федерации (товарный знак «», свидетельство № 212)

на имя ООО «Байкал» в отношении товаров 32 класса МКТУ «безалкогольные газированные напитки» с 01.05.2019.

Однако, общеизвестность комбинированного товарного знака сама по себе не свидетельствует об общеизвестности его части.

Таким образом, представленные ООО «Байкал» доказательства использования средств индивидуализации свидетельствуют о приобретении свойств общеизвестного товарного знака именно комбинированным обозначением «БАЙКАЛ», а не его словесным элементом.

Коллегия отмечает, что испрашивается правовая охрана в отношении товаров 32 класса МКТУ, то есть на материальном товаре известность которого у потребителей формируется главным образом на основе визуального его восприятия (его упаковки) при непосредственном обозрении в процессе выбора (в рекламе, на полке магазина и т.п.), приобретения и потребления.

Коллегия учитывает, что известное потребителям с 1977 г. комбинированное обозначение состоит из яркого узнаваемого авторского графического элемента (пейзаж с водоемом), а также из логически и семантически связанного с ним словесного элемента «Байкал».

Обозначенные логические и семантические взаимосвязи в совокупности материальностью заявленного товара МКТУ и длительностью фактически неизменного использования на товаре именно комбинированного обозначения позволяют коллегии констатировать, что использование средства индивидуализации в ином виде, в том числе в форме простого словесного обозначения, оказывало бы негативное влияние на узнаваемость продукта. Такие различия влияют на восприятие обозначения в целом.

Позицию коллегии подтверждают фактические действия заявителя, которые выразились в подаче заявления о признании общеизвестным товарным знаком комбинированного обозначения, которое было рассмотрено и удовлетворено (выдано свидетельство № 212 на общеизвестный товарный знак).

Коллегия отмечает, что в обоснование заявления ООО «Байкал», по результатам рассмотрения которого была выдано вышеуказанное свидетельство,

были представлены те же документы об использовании средств индивидуализации, что в рамках настоящего рассмотрения.

Оценив представленное социологическое исследование (Аналитический отчет по итогам социологического опроса) непосредственно, а также в его совокупности и взаимосвязи с иными доказательствами по использованию ООО «Байкал» средств индивидуализации, коллегия критически оценивает данный опрос.

Представленный аналитический отчет не датирован (не указана конкретная дата составления отчета) и не содержит сведений относительно времени фактического проведения социологического опроса, данные которого положены в основу отчета. Указанные обстоятельства не позволяют соотнести отчет и содержащиеся в нем данные с испрашиваемой датой признания обозначения общеизвестным товарным знаком.

Кроме того, коллегия отмечает, что аналитический отчет не содержит данных о том, в какой форме проводился социологический опрос и какова была процедура заполнения респондентом анкеты (приведена в приложении к отчету). При этом, как следует из текста указанной анкеты, респондент должен был заполнять ее самостоятельно, обводя цифру ответа или указывая то, что наиболее точно отражает личное мнение респондента. Таким образом, при возможности изначально обозреть анкету в целом, респондент получал информацию, которая предопределяла ответ на ряд вопросов. Так, вопросы № 11 и 12 о качествах безалкогольного напитка «БАЙКАЛ» содержали информацию о том, что этот напиток производится ООО «ПК «АКВАЛАЙФ» по лицензии ООО «Байкал». Получение респондентом данной информации стало, безусловно, предопределяющим для ответа на вопрос № 9 о степени известности ООО «Байкал» как «правообладателя товарного знака «БАЙКАЛ», искажающим результаты исследования. Аналогичная ситуация выявлена в отношении соотношения информации о товаре из вопросов №№ 6-12, которые предопределяют ответ респондента на вопрос № 5 о соотнесении обозначения «БАЙКАЛ» с конкретным товаром.

Кроме того, из аналитического отчета следует, что исследователем не соблюдено единство терминологии, а также ее относимость к настоящему делу,



поскольку часть вопросов содержала термин «безалкогольные напитки» или «безалкогольные напитки (лимонады)» в то время как правовая охрана испрашивается в отношении более узкой и конкретной товарной группы «безалкогольные газированные напитки». Коллегия отмечает, что не все безалкогольные напитки, в том числе лимонады, являются газированными. При таких обстоятельствах не представляется возможным соотнести результаты опроса с подлежащим доказыванию в рамках настоящего дела фактором широкой известности заявленного обозначения применительно к товару «безалкогольные газированные напитки».

Указанные обстоятельства не позволяют признать представленное аналитическое исследование относимым и достоверным доказательством.

Таким образом, ООО «Байкал» не представлены доказательства, свидетельствующие в своей совокупности и взаимосвязи о приобретении заявленным словесным обозначением «БАЙКАЛ» свойств общеизвестного товарного знака, предусмотренные статьей 1508 Кодекса.

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

**отказать в удовлетворении заявления, поступившего 29.11.2019, о признании обозначения «БАЙКАЛ» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении товаров 32 класса МКТУ – «безалкогольные газированные напитки».**