

## **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 общезвестным 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 30.08.2024, о признании словесного обозначения «СТАРЕЙШИНА» общезвестным в Российской Федерации товарным знаком с 21.06.2024 на имя Общество с ограниченной ответственностью «СМАРТ КРАФТ», 121059, г. Москва, Киевская ул., д. 7, эт 7 пом лит В, ком. 41 (далее – Заявитель), в отношении товаров 33 класса МКТУ «брэнди».

Заявленное обозначение, в отношении которого испрашивается признание его общезвестным в Российской Федерации товарным знаком, является словесным, и представляет собой слово "СТАРЕЙШИНА" (значение - наиболее старый и авторитетный член какого-либо общества, коллектива, объединения), выполненное в кириллице стандартным шрифтом заглавными буквами.

Для подтверждения общезвестности обозначения Заявителем в соответствии с подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента были представлены следующие материалы:

- Выписка из реестра ФИПС в отношении товарного знака № 271231 [1];

- Изображения эволюции линейки коньяков «Старейшина» [2];
- Выписка из ЕГРЮЛ и сведения из СПАРКа в отношении ООО «АЛВИСА Интеллект» [3];
- Справка ООО «АЛВИСА» об аффилированности с компаниями Эрвалльд Компани лтд. И Альфа Продакшн лтд. [4];
- Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «СМАРТ КРАФТ» [5];
- Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «АЛВИСА» [6];
- Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ЗАО «Ставропольский вино-коночный завод» [7];
- Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «АЛВИСА Групп» [8];
- Сведения о компании АЛВИСА с официального сайта АЛВИСА [9];
- Отчет ВЦИОМ от 21.06.2024 [10];
- Письма дистрибуторов касательно известности коньяка «Старейшина»: [11];
- Справка ООО «АЛВИСА» от 19.07.2024 об объемах продаж коньяка «Старейшина» за период с 2015 по 2024 с приложением реестра договоров [12];
- Примеры договоров поставки коньяка «Старейшина» и закрывающих документов за период с 2007 по 2023 гг. [13];
- Текущий каталог коньяков «Старейшина» с официального сайта АЛВИСА [14];
- Справки ГФК-Русь от 18.07.2024 об известности и широкой географии распространения коньяка «Старейшина» [15];
- Справка ООО «АЛВИСА» от 15.07.2024 о затратах на рекламу коньяка «Старейшина» с 2015 по 2024 (стр. 759) [16];
- Примеры рекламных материалов коньяка «Старейшина» с приложением договоров на рекламирование [17];
- Отчет о промоакциях в Москве и Санкт-Петербурге в 2018 году; (стр. 907) [18];
- Флеш-накопитель с примерами рекламных материалов [19];

- Акт осмотра аккаунтов магазинов в социальных сетях с рекламой коньяка «Старейшина» [20];
- Каталоги торговых сетей (таких как «Пятерочка», Магнит, METRO, Перекресток, Дикси), в которых используется коньяк «Старейшина» [21];
- Дипломы и документы, подтверждающие участие коньяка «Старейшина» в различных мероприятиях (выставках и конкурсах) [22];
- Результаты дегустационного исследования журнала «Спиртные напитки и пиво» от 2023 г. [23];
- Акт осмотра результатов выдачи поисковыми системами ссылок по запросу «Старейшина» [24];
- Акт осмотра результатов формулировок, предлагаемых поисковиками по запросу «коньяк» [25];
- Результаты исследования журнала «Спиртные напитки и пиво» о популярности поисковых запросов в отношении брендов коньяка [26];
- Акт осмотра блогов в сети Интернет, в которых обозревается продукция «Старейшина» [27];
- Статья Коммерсантъ «Кризис смешал коньяк» [28];
- Акт осмотра Интернет-страниц с информацией об объемах поставок коньяка иных производителей в 2021 году [29];
- Акт осмотра Интернет-страниц с информацией об объемах поставок иной продукции [30];
- Акт осмотра сайта журнала Forbes [31];
- Акт осмотра блогов в сети Интернет с упоминанием ООО «Смарт Крафт» [32];
- Акты осмотра страниц в Интернете, посвященных Группе компаний АЛВИСА [33];
- Сертификаты Ростест (копии) [34];

- Справка ООО «АЛВИСА» о создании и развитии бренда Старейшина от 23.01.2025 [34];

- Сведения о поставках коньяка Старейшина за 2020-2024 гг. по регионам РФ [35];

- Справка ООО «Эй Си Нильсен» (NielsenIQ)» от 26.12.2024 с приложениями [36];

- Сведения об участии группы компаний АЛВИСА в благотворительности [37];

- Сведения о договорах на рекламирование коньяка Старейшина за 2019-2024 гг. [38];

- Решение ФАС России от 16.06.2022 по делу № 08/01/14.2-14/2022 [41];

- Решение АС Пензенской области от 28.11.2023, постановление 11 ААС, постановление СИП от 28.11.2023 по делу № А49-11688/2022 [42];

- Сведения из СПАРКа в отношении выручки брендов «Шишкин Лес», «Святой источник», ГК Руст [43].

- Доверенность на представление интересов ООО «СМАРТ КРАФТ» [42];

- Документ об оплате пошлины [43];

На заседаниях коллегии по рассмотрению заявления, состоявшимся 21.11.2024, 30.01.2025 принято решение о переносе даты коллегии в связи с предоставленным Заявителем ходатайством.

На заседаниях коллегии по рассмотрению заявления, состоявшимся 05.03.2025, 07.12.2023 принято решение о переносе даты коллегии.

На заседании коллегии по рассмотрению заявления, состоявшемся 10.04.2025, принято решение о переносе даты коллегии в связи с предоставленным Заявителем ходатайством.

В рамках поступивших 22.05.2025 дополнительных материалов от Заявителя поступило ходатайство ограничить товары 33 класса МКТУ, в отношении которых испрашивается признание обозначения общезвестным до следующих: «бренди».

На заседании коллегии по рассмотрению заявления, состоявшимся 28.05.2025, принято решение о переносе даты коллегии в связи с предоставленными дополнительными материалами.

На заседании коллегии, состоявшемся 17.06.2025, изучив все материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении заявления, коллегией было установлено следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (30.08.2024) 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 общезвестным 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 общезвестным в Российской Федерации товарным знаком, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности такое обозначение может быть признано общезвестным 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 общезвестность 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.

Согласно заявлению, признание общеизвестным товарным знаком словесного обозначения «СТАРЕЙШИНА» испрашивается на имя Заявителя с 21.06.2024 в отношении товаров 33 класса МКТУ «бренди».

Анализ фактических данных, содержащихся в поступившем заявлении и документах [1]-[43], приложенных к нему, свидетельствует о следующем.

Как следует из справки [34] история создания коньяка «СТАРЕЙШИНА» берет свое начало 2000-х г. когда основатель группы компаний АЛВИСА, Аскендеров К.А, по сей день возглавляющий группу компаний, вдохновившись кавказской легендой о старце, мудрые советы которого помогли отразить вражеский набег, придумал название для коньяка - Старейшина. Идея названия заключается в том, что коньяк «Старейшина» создан для тех, кто ищет и находит мудрость.

Согласно предоставленной выписке из реестра ФИПС [1], первый товарный знак под обозначением «СТАРЕЙШИНА» №271231 был зарегистрирован 01.07.2004 (приоритет 16.12.2003). В соответствии с предоставленными материалами [2], включающими изображения эволюции дизайна продуктовой линейки «СТАРЕЙШИНА», начиная с 2004 года внешний вид продукции Заявителя неоднократно менялся, вместе с тем, неизменным оставалось использование слова «СТАРЕЙШИНА» как главного отличительного элемента на всех вариантах упаковки выпускаемой продукции.

Представленные Заявителем скриншоты Интернет-страниц с текущим каталогом коньяков [14], подтверждают, что на 29.07.2024 продукция под обозначением «СТАРЕЙШИНА» выпускается в виде широкой линейки товаров, однако данные скриншоты сняты с официального сайта компании АЛВИСА ([alvisa.ru](http://alvisa.ru)) и не содержат какой-либо информации о Заявителе, либо о совместной деятельности с ним, в связи с чем не свидетельствуют о заявлении обозначении именно как о товаре Заявителя.

Для подтверждения качества заявленных товаров под брендом «СТАРЕЙШИНА» Заявитель предоставил сертификаты Ростест [34], свидетельствующие о соблюдении качества при изготовлении продукции, а изготовителем продукции в данных материалах значится ООО «АЛВИСА» и ЗАО «Ставропольский винно-коньячный завод». Какая-либо информация о Заявителе в данных материалах отсутствует, в связи с чем, коллегия не может установить связь этих документов с деятельностью Заявителя.

Проанализировав предоставленные акты [24], коллегией установлено, что результатов выдачи поисковыми системами ссылок по запросу «Старейшина» в первую очередь относятся к заявленным товарам, а результатов формулировок, предлагаемых поисковиками по запросу «коньяк» одним из популярных вариантов предлагают «коньяк старейшина», что свидетельствует о высокой популярности таких запросов в сети Интернет, соответственно свидетельствуют и о высоком интересе среди рядовых потребителей к коньяку «СТАРЕЙШИНА».

Представленные заявителем справки, сведения, письма дистрибуторов и договора [11-13, 35] свидетельствуют о больших объемах производства и реализации

товаров с использованием заявленного обозначения, однако коллегии не предоставляется возможным сопоставить эти материалы с деятельностью заявителя, поскольку исходя из представленных данных, лицом, осуществлявшим коммерческую деятельность, является компания ООО «АЛВИСА», а не Заявитель, в связи с чем эти материалы не позволяют коллегии сделать вывод о том, что заявленное обозначение у потребителя будет ассоциироваться именно с Заявителем.

Заявитель также предоставил справки, акты осмотра магазинов в социальных сетях, сведения о договорах, каталоги торговых сетей, отчеты о промоакциях и примеры рекламных материалов [16-21, 38], которые свидетельствуют о высоких затратах на рекламу, а также о проведении широких рекламных и промоакций в таких продуктовых сетях как «Пятерочка», Магнит, METRO, Перекресток, Дикси. Несмотря на это, вся рекламная деятельность осуществлялась по заказу ООО «АЛВИСА», а не Заявителя, в связи с чем коллегии не представляется возможным установить, что потребители ассоциируют заявленное обозначение именно с деятельностью ООО «СМАРТ КРАФТ».

Также Заявитель представил справки и сведения [15, 36], касающиеся широкой географии распространения и высокой выручки продукции под обозначением «СТАРЕЙШИНА», согласно которым коньяк «СТАРЕЙШИНА» находится на первом месте среди проанализированных брендов в категории «Коньяк в стеклянной упаковке» за 2022-2023 гг., а также занимает первое место по продажам в денежном выражении в период с 2021 по 2024 гг.

Кроме того, дополнительно Заявителем были представлены статьи и скриншоты блогов [23, 26-28, 31-33], которые свидетельствуют о распространения информации о Заявленном обозначении в средствах массовой информации, однако лишь часть представленных документов, именно «Акт осмотра блогов в сети Интернет с упоминанием ООО «Смарт Крафт» содержит информацию о Заявителе, в то время как остальные материалы связаны с компанией ООО «АЛВИСА». При этом, ввиду малого объема данных документов в целом недостаточно для вывода о признании заявленного обозначения общезвестным.

Как следует из представленных материалов [37], ООО «АЛВИСА» с 2019 по 2024 гг. занимается благотворительной деятельностью и поддерживает государственные учреждения в части закупок медицинского оборудования, лекарственных средств и иных товаров для тяжелобольных людей, при этом, как указано выше, данную деятельность осуществляет ООО «АЛВИСА», а не Заявитель. В отсутствии каких-либо документов, свидетельствующих о том, что ООО «Смарт Крафт» принимало участие в этой деятельности, коллегии представляется невозможным установить взаимосвязь с Заявителем.

Вместе с тем, Заявителем предоставлена информация, а именно дипломы и документы, подтверждающие участие коньяка «СТАРЕЙШИНА» в различных мероприятиях, выставках и конкурсах [22], в соответствии с которыми коньяк «СТАРЕЙШИНА» получил множество наград и медалей, что свидетельствует о его известности на различных публичных мероприятиях, при этом в предоставленных материалах нет информации о Заявителе, а дипломы и сертификаты выданы в отношении иных юридических лиц, в связи с чем данные материалы не позволяют установить роль и участие Заявителя в данных достижениях, соответственно и взаимосвязь Заявителя и заявленного обозначения.

Заявителем предоставлены результаты социологического опроса, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения 21-29 мая 2024 года среди потребителей в отношении уровня известности словесного обозначения «СТАРЕЙШИНА» [10].

В ходе проведенного исследования выборка составила 1500 человек, а опросом были охвачены потребители из 38 населенных пунктов РФ с населением 500 000 человек и более.

Согласно опросу ВЦИОМ девять из десяти участников опроса (89%) знакомы с обозначением «СТАРЕЙШИНА», среди тех, кому известно обозначение, подавляющее большинство верно указали сферу его применения: отвечая на открытый вопрос, без предложенных вариантов ответа, 86% заявили, что обозначение применяется для коньяка, еще 4% назвали алкоголь в целом; на закрытый вопрос 94% отметили коньяк.

По мнению подавляющего большинства участников опроса (77%), заявленное обозначение используется одной компанией (65%) или разными компаниями, сотрудничающими между собой (действующими по договору, соглашению, лицензии и т.д.) (12%).

Вместе с тем, вызывают обоснованные сомнения полученные в результате социологических опросов данные о знании потребителями лица, реализующего заявленные товары, поскольку, при ответе на открытый вопрос 11% участников исследования, знакомых с тестируемым обозначением, заявили, что оно ассоциируется с компанией «Alvisa», у 6% с компанией «Старейшина»; 4% указали на ассоциации со Ставропольским винно-коночным заводом; при этом большинство респондентов либо затрудняются ответить с какой компанией у них ассоциируется заявленное обозначение (60%), либо указывают компании не являющиеся Заявителем и не связанные с ним (в общем 18%). Выбирая из предложенных вариантов ответа, лишь 1% респондентов назвали Смарт Крафт; треть респондентов (32%) отметили, что обозначение ассоциируется у них со Ставропольским винно-коночным заводом; 16% - что с компанией «Алвиса»; большая часть же респондентов (41%) затруднились ответить на этот вопрос.

Таким образом, результаты открытого вопроса, о том с какой компанией у респондентов ассоциируется заявленное обозначение не коррелируют между собой, большинство респондентов затрудняются ответить на вопрос, либо указывают неверную компанию, что демонстрирует практически полное отсутствие осведомленности рядовых потребителей о какой-либо связи между Заявителем и обозначением «СТАРЕЙШИНА».

В этой связи следует констатировать, что результаты проведенного опроса не позволяют прийти к однозначному выводу о том, с каким лицом, на дату испрашиваемой общественности ассоциировалось заявленное обозначение «СТАРЕЙШИНА».

Из совокупности представленных материалов коллегия не может сделать однозначный вывод о том, с каким лицом ассоциируется обозначение «СТАРЕЙШИНА», поскольку хозяйственную деятельность ведет ООО «АЛВИСА», в

то время как признание заявленного обозначения в качестве общеизвестного товарного знака испрашивается в отношении иного лица (ООО «СМАРТ КРАФТ»), в связи с чем из совокупности всех представленных материалов не формируется представление о взаимосвязи заявленного обозначения с Заявителем.

При анализе совокупности представленных материалов не представляется возможным утверждать, что заявленное обозначение «СТАРЕЙШИНА» в сознании российского потребителя связано исключительно с Заявителем (компании «ООО «СМАРТ КРАФТ») по смыслу пункта 1 статьи 1508 Кодекса.

Таким образом, коллегия не может сделать вывод о том, что обозначение «СТАРЕЙШИНА» в результате интенсивного использования стало на 21.06.2024 широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров Заявителя.

В связи с вышеизложенным, коллегия критически оценивает представленные материалы [1-43] и полагает, что они в своей совокупности и взаимосвязи не подтверждают интенсивного и длительного использования заявителем заявленного обозначения «СТАРЕЙШИНА» в отношении товаров 33 класса МКТУ «брэнди», а также не позволяют установить на указанную дату (21.06.2024) или в период, непосредственно предшествовавший этой дате, что обозначение «СТАРЕЙШИНА» приобрело признаки общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации в отношении заявленных товаров МКТУ.

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 30.08.2024, о признании словесного обозначения «СТАРЕЙШИНА» общезвестным товарным знаком в Российской Федерации с 21.06.2024, в отношении товаров 33 класса МКТУ «брэнди» на имя ООО «СМАРТ КРАФТ».**