

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 22.10.2019, о признании словесного обозначения «СЛОБОДА» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.02.2016 на имя Общество с ограниченной ответственностью «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад», 309850, Белгородская область, г. Алексеевка, ул. Фрунзе, 4 (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «масла и жиры пищевые» и товаров 30 класса МКТУ «соусы (приправы), в том числе майонез, кетчуп».

Обозначение «СЛОБОДА», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является словесным обозначением, представляющим собой слово, выполненное буквами русского алфавита «СЛОБОДА».

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

- справка об истории деятельности компании-заявителя [1];

- фотокопии рекламных материалов [2];

- договоры на проведение рекламных компаний и создание рекламной продукции (а именно: договор №161 к/х-2007 от 10.10.2007 г. с приложением №1 от 10.10.2007 г., приложением №2 от 10.10.2007 г., приложением №3 от 10.10.2007 г., приложением №4 от 10.10.2007 г., дополнительное соглашение №1 к договору №161/М-2007 г. от 10.10.2017 г., договор №05/09 от 05.07.2009 г.; договор №А90492 от 04.06.2010, договор под №57/кх-2010 с приложением №1 от 05.02.2010 г., приложением №2 от 05.02.2010 г., приложением №3 от 05.02.2010 г. и дополнительным соглашением №1 от 10.02.2010 г., договор №388/М-2010 с приложением №1 от 13.10.2010 г., приложением №2 от 13.10.2010 г., договор под №10/03-01 от 10.03.2011 г., договор №1/10/2011 от 01.10.2011 г., договор №501/М-2011 г. с приложением №1 от 17.11.2011 г., с приложением №2 от 17.11.2011 г., договор №2 от 30.10.2012 г., под №605/кх-2012 от 11.10.2012 г. с приложением №1 от 11.10.2012 г., приложением №2 от 11.10.2012 г., договор №672/М-2012 г. с приложением №1 от 21.10.2012 г., приложением №2 от 21.10.2012 г., договор №MS 03-12 от 18.02.2013 г., договор №200-14 от 01.08.2014 г., договор №03 от 01.09.2014 г., договор №15_34 от 03.06.2015 г. и дополнительное соглашение к нему №1 от 03.06.2015 г.), а так же договоры на создание рекламных роликов (а именно договор без номера от 18.02.2010 г., договор №ЭФКО-03/11 от 18.02.2010 г., договор №ЭФКО-01/11 от 07.12.2010 г., и договоры без номера с БАДЕШИ ФИЛЬМ СРЛЮ), а также описание проведения рекламных компаний в различных регионах) [3];

- договоры на оказание услуг №73172 от 05.07.2007 г.; №38 от 16.01.2008 г.; №26052008 от 26.05.2008 г.; под №256 от 19.09.2008 г.; под №17/11 от 17.11.2010 г.; под №318/11 от 27.04.2011 г.; договор под №306/2 от 29.07.2011 г., договор без номера от 01.09.2012 г.; договор без номера от 25.02.2012 г.; договор без номера от 01.11.2012 г.; договор №3611 от 01.11.2012 г.; договор без номера от 01.12.2012 г.; договор без номера от 01.11.2012 г.; договор без номера от 01.10.2012 г.; договор

№2013-1311/2 от 13.11.2013 г.; договор №000001392 от 15.02.2013; договор №130801/1 от 01.08.2013 г.; договор №16/12 от 16.12.2013 г.; договор без номера от 16.12.2013 г.; договор №98/к от 17.10.2013 г.; договор без номера 16.12.2013 г.; договор №02/07.02.2013 от 07.02.2013 г. договор №070513 от 07.05.2013 г.; договор №ВЖЮ65 от 31.01.2013 г. с приложением №1 от 31.01.2013 г. и приложением №2 от 31.01.2013 г., а также протоколом разногласий от 31.01.2013 г.; договор поставки без номера от 17.10.2013 г.; договор №103/09.12.2013 г. от 09.12.2013 г.; договор №01/ШИ-14.02.13 от 25.03.2013 г.; договор без номера от 16.12.2013 г.; договор №03/06 от 03.06.2014 г.; договор под №434 от 03.2014 г.; договор под №15 от 01.04.2014 г.; договор №140-001275 от 01.09.2014 г.; договор №43 от 26.11.2014 г.; договор №7/15 от 20.07.2015 г.; договор без номера от 29.10.2015 г. [4];

- рекламные ролики за 2007 г., 2008 г. 2009 г., 2010 г., 2011 г., 2012 г., 2013 г., 2014 г., 2015 г., представленные на DVD-RW носителе [5];

- флэш-носитель, содержащий рекламные ролики продукции под обозначением «СЛОБОДА» за 2007 г., 2008 г., 2009г., 2010 г., 2011 г., 2012 г., 2013 г., 2014 г., 2015 г., [6];

- товарные накладные и счета-фактуры за 2007 г., 2008 г., 2009 г., 2010 г., 2011 г., 2013 г. [7];

- договор поставки №ТД-01-515 от 18.08.2005 г.; договор поставки №тд-01-113 от 18.04.2011 г.; договор поставки 36/№тд-01-333 от 01.01.2011 г.; договор поставки №ТД-01-185 от 08.06.2011 г.; договор поставки №тд-01-232 от 22.03.2011 г.; договор поставки №тд-01-278 с датой от 04.01.2007 г.; договор поставки №тд-01-113 от 08.01.2007 г.; договор поставки №тд-01-57 от 05.02.2007 г.; договор поставки №тд-01-780 от 10.05.2007 г.; договор поставки №тд-01-946 от 21.12.2007 г.; договор поставки №тд-01-366 с датой от 19.10.2009 г.; договор поставки №тд-01-240; договор поставки №тд-01-473 от 14.04.2010 г.; договор поставки №тд-01-327 от 20.10.2011 г. с дополнительным соглашением [8];

- аналитический отчет по итогам всероссийского социологического опроса потребителей на тему «ХАРАКТЕР ИЗВЕСТНОСТИ ТОВАРНОГО ЗНАКА

СЛОБОДА СРЕДИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РОССИИ», выполненный компанией «Аналитическая социология» в 2019 г. [9];

- отчет об оценке №026-21-00018 «Определение рыночной стоимости исключительных прав на товарные знаки ТМ «СЛОБОДА» (и его копия) [10];

На заседании коллегии, состоявшемся 30.06.2020 г., заседание коллегии было перенесено на 04.08.2020 г.

На заседании коллегии, состоявшемся 04.08.2020 г., заявителем дополнительно были представлены следующие материалы: ходатайство о переносе заседания коллегии по просьбе заявителя на более поздний срок, а также дополнительные материалы:

- социологическое исследование «Уровень известности товарного знака СЛОБОДА», проведенного «Фондом «ВЦИОМ» выполненное 2020 г. [11];

На заседании коллегии, состоявшемся 05.10.2020 г., заявителем дополнительно были представлены следующие материалы: ходатайство о переносе заседания коллегии по просьбе заявителя на более поздний срок, а также доверенность на нового представителя.

На заседании коллегии, состоявшемся 11.11.2020 г., заявителем был скорректирован перечень заявленных товаров до товаров 29 класса МКТУ «масла растительные» и товаров 30 класса МКТУ «майонез», дополнительно были представлены следующие материалы: ходатайство о переносе заседания коллегии по просьбе заявителя на более поздний срок, а также дополнительные материалы:

- справка об истории деятельности компании-заявителя [12];

- справка по затратам на рекламу товаров, маркируемых обозначением «СЛОБОДА» с реестром договоров от 02.10.2020г. за период 2014-2020 гг. [13];

- примеры договоров на оказание рекламных услуг [14];

- эфирные справки представленные компанией «МЕДИАСКОП» за период 2010-2020 г.[15];

- справка по объемам реализованной продукции с реестром договоров поставки [16];

- примеры договоров поставки за 2007-2020 г. [17];

- справка по объемам реализованной продукции (масло) в разрезе по регионам [18];

- справка по объемам реализованной продукции (майонез) в разрезе по регионам [19];

- распечатки с сайта <https://sloboda.ru/> [20];

- решение Суда по интеллектуальным правам от 05 декабря 2019 г. по делу №СИП-186/2019, и Постановление Президиума суда по интеллектуальным правам от 04 июня 2020 г. по делу № СИП-186/2019, Определение Верховного суда № 300-ЭС20-11043 от 12 октября 2020 г. [21];

На заседании коллегии, состоявшемся 02.12.2020 г., заявителем были представлены дополнительные материалы:

- фотографии упаковок продукции под обозначением «СЛОБОДА» с поясняющей справкой [22];

- флэш-носитель содержащий рекламные ролики продукции под обозначением «СЛОБОДА» за 1999 г., 2004 г., 2005 г., 2006 г., 2007 г., 2009 г., 2010 г., 2011 г., 2012 г., 2013 г., 2014 г., 2016 г., 2018 г., 2019 г., 2020 г., [23];

- копии договоров на изготовление рекламных видео роликов, а именно: контракт на оказание услуг от 20.06.2017 г.; договор №1006/2019 от 10.06.2019 г. с приложением и платежным поручением к нему; договор №ПП-263/1014-1 от 06.10.2014г с приложениями и платежным поручением к нему [24];

- примеры размещения рекламы продукции под обозначением «СЛОБОДА» в СМИ, в частности журналы «ЛИЗА» (за 2015г. и 2017 г.), а также копии журналов «ЛИЗА» (за 2015 г., за 2017 г., за 2020г. и специальный выпуск), «КАРАВАН» (без даты), «ДОБРЫЕ СОВЕТЫ» (за 2014 г. и 2016 г.), «ДОМАШНИЙ ОЧАГ» (за 2016 г.), «NATIONAL GEOGRAPHIC» (за 2014 г.), «ХЛЕБ-СОЛЬ» (за 2015 г.), «СЕМЬ ДНЕЙ» (за 2018 г.) [25].

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

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (22.10.2019) 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:

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

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

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

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

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

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

Анализ фактических данных, содержащихся в поступившем заявлении и документах, приложенных к нему, свидетельствует о следующем.

В 1992 году было создано АО «Эфирное», а в 1994г. на его основе создана компания-заявитель. В 1996 году заявитель впервые выводит на рынок подсолнечное масло, маркированное обозначением «Слобода».

В 1998 году заявитель впервые выпустил майонез, маркированный обозначением «Слобода». Всего через год был создан майонез с добавлением оливкового масла - «Слобода» Оливковый.

В 1999 г. заявитель расширил производство.

В 2017 году заявитель начинает экспорт подсолнечного масла в Индию. В июне 2017 года заявитель расширил географию экспорта и начал поставки бутилированного масла «СЛОБОДА» в Южную Корею. [1], [11].

Из материалов дела установлено, что уровень известности обозначения «СЛОБОДА», заявленного для признания в качестве общеизвестного товарного знака в отношении товаров «масло подсолнечное» и «майонез», подтверждают справки об объемах производства и продажи товаров, маркируемых обозначением «СЛОБОДА», в соответствии с которыми оборот компании-заявителя за 2008 г. составил – 281 931 024 шт., за 2009 г. – 274 107 454 шт., за 2010 г. – 313 251 007 шт., за 2011 г. – 402 792 587 шт., за 2012 г. – 390 386 148 шт., за 2013 г. - 357 250 220 шт., за 2014г, 370 158 141 шт., за 2015 г. - 347 029 118 шт., за 2016 г. – 393 277 593 шт., за

2017 г. – 427 826 235 шт., за 2018 г. – 427 826 235 шт., за 2019 г. – 477 940 210 шт. и за январь – сентябрь 2020 г. – 326 321 018 г. [16].

В соответствии со справкой по объемам реализованной продукции в разрезе по регионам [18] товар «масло» маркируемый обозначением «СЛОБОДА» поставляется в 67 субъектов Российской Федерации и объем отгрузки за 2008 г. составлял 3 500 434 тыс. руб., за 2009 г. – 1 998 076 тыс. руб., за 2010 г. – 2 263 803 тыс. руб., за 2011 г. – 4 04 324 тыс. руб., за 2012 г. – 3 259 456 тыс. руб., за 2013 г. – 3 218 457 тыс. руб., за 2014 г. – 4 698 885 тыс. руб., за 2015 г. – 5 738 271 тыс. руб., за 2016 г. – 6 551 624 тыс. руб., за 2017 г. – 5 433 170 тыс. руб., за 2018 г. – 6 108 009 тыс. руб., за 2019 г. – 6 301 998 тыс. руб., за январь – сентябрь 2020 г. – 4 888 092 г. тыс. руб.

Анализ справки по объемам реализованной продукции в разрезе по регионам [19] товара «майонез», маркируемый обозначением «СЛОБОДА», поставляется в 67 субъектов Российской Федерации и объем отгрузки за 2008 г. составлял 4 337 834 тыс. руб., за 2009 г. – 4 887 706 тыс. руб., за 2010 г. – 6 254 943 тыс. руб., за 2011 г. – 8 571 483 тыс. руб., за 2012 г. – 9 105 297 тыс. руб., за 2013 г. – 8 784 520 тыс. руб., за 2014 г. – 8 613 521 тыс. руб., за 2015 г. – 10 514 927 тыс. руб., за 2016 г. – 10 920 885 тыс. руб., за 2017 г. – 8 604 688 тыс. руб., за 2018 г. – 9 161 291 тыс. руб., за 2019 г. – 9 291 020 тыс. руб., за янв. – сен. 2020 г. – 6 969 972 тыс. руб. Объемы продаж продукции, маркируемой обозначением «СЛОБОДА», также подтверждаются примерами договоров на реализацию продукции [4], [7], [8], [17].

Таким образом, коллегией установлено, что заявителем широко используется обозначение «СЛОБОДА» для маркировки большого объема продукции растительных масел и майонеза в течение длительного времени. При этом круг потребителей данной продукции очень широкий и не ограничивается определенной категорией лиц.

Коллегией установлено, что по состоянию на 01.03.2016 г. рыночная стоимость исключительных прав на товарные знаки «СЛОБОДА» составляет 1 218 114 000 руб. (округленно), а по состоянию на 01.03.2019 г. 1 398 754 000 руб. (округленно) [10].

Продукция, маркированная обозначением «СЛОБОДА», имеет ряд наград в частности: в 2009 г. обозначение «Слобода» стало победителем национальной премии «Товар года» в номинации «Майонез»; в 2012 г. - масло подсолнечное «Слобода» стало лауреатом Всероссийского конкурса «100 лучших товаров России»; в 2014 г. - Лауреатами Всероссийского конкурса «100 лучших товаров России» стали Майонез «Провансаль Слобода», Майонез «Провансаль Слобода» Оливковый, Майонез «Слобода» Провансаль Семейный, Масло кукурузное рафинированное дезодорированное марки «П» с товарным знаком «Слобода», Масло подсолнечное рафинированное дезодорированное Высший сорт «Слобода»; в 2019 года товар, маркированный обозначением «Слобода», в двенадцатый раз стал победителем национальной премии «Товар года 2019» в номинации «Майонез». Вышеуказанная Награда присуждается наиболее популярным товарам массового спроса в России.

В 2015 г. майонез «Слобода» получает государственный «Знак качества» в России и «Экологический Сертификат» продукта повышенной экологической чистоты, а в 2016 г. - Масло подсолнечное «Слобода» получает сертификаты соответствия с присвоением Российского «Знака качества». В 2018 г. товары, маркированные обозначением «Слобода», становятся номером один в сетевом ритейле в категории «Майонез» и «Растительное масло». Подсолнечное масло «Слобода» является неоднократным лауреатом престижного всероссийского конкурса «100 лучших товаров России» и независимого конкурса качества телепрограммы «Контрольная закупка» на «Первом канале». В 2017 году завод по производству продуктов питания заявителя был награжден премией Правительства РФ в области качества [1], [11].

Представленная заявителем справка по затратам на рекламу товаров, маркируемых обозначением «СЛОБОДА», [13] на продвижение товаров «масла растительные» и товаров «майонез», маркируемых обозначением «СЛОБОДА», в 2014 г. затрaчено 17 109 тыс. руб., в 2015 г. -14 141 тыс. руб., в 2016г. - 228 177 тыс. руб., в 2017 г. - 304 794 тыс. руб., в 2018 г. - 610 017 тыс. руб., в 2019 г. - 319 184 тыс. руб., в 2020 г. -134 626 тыс. руб.

Анализ договоров на оказание рекламных услуг [24] показал, что предметом указанных договоров является создание и размещение рекламных материалов как в специализированных и профессиональных изданиях, таких как, например, «Переработка молока», «Кондитерское и Хлебопекарное производство» и «Масла и жиры» [2], так и в СМИ, предназначенных для широкого круга лиц таких как «ЛИЗА», «КАРАВАН», «ДОБРЫЕ СОВЕТЫ», «ДОМАШНИЙ ОЧАГ», «NATIONAL GEOGRAPHIC», «ХЛЕБ-СОЛЬ», «СЕМЬ ДНЕЙ».

Таким образом, проанализировав указанные договоры, а также примеры рекламных материалов для продукции, маркируемой обозначением «СЛОБОДА», а именно фотографии сувенирно-рекламной продукции [2], рекламные ролики за 2007 г., 2008 г. 2009 г., 2010 г., 2011 г., 2012 г., 2013 г., 2014 г., 2015 г., представленные на DVD-RW носителе [5], и флэш-носителях [6] и [23], фотографии упаковок продукции под обозначением «СЛОБОДА» с поясняющей справкой [22], примеры размещения рекламы продукции под обозначением «СЛОБОДА» в СМИ, в частности, журналы «ЛИЗА» (за 2015г. и 2017 г.), а также копии журналов «ЛИЗА» (за 2015 г., за 2017 г., за 2020г. и специальный выпуск), «КАРАВАН», «ДОБРЫЕ СОВЕТЫ» (за 2014 г. и 2016 г.), «ДОМАШНИЙ ОЧАГ» (за 2016 г.), «NATIONAL GEOGRAPHIC» (за 2014 г.), «ХЛЕБ-СОЛЬ» (за 2015 г.), «СЕМЬ ДНЕЙ» (за 2018 г.) [25], распечатки с сайта <https://sloboda.ru/> [20] усматривается известность обозначения «СЛОБОДА» для широкого круга потребителей.

В соответствии с эфирными справками, представленными компанией «МЕДИАСКОП» в 2020 г. [15], подтверждающими, что на территории России рекламные ролики продукции «СЛОБОДА» выходили на телеканалах, в том числе федеральных более 100 000 раз.

Коллегией установлено, что заявителем в период с 2014-2020 гг. были проведены рекламные кампании также в социальных сетях и сети Интернет (YouTube.com, Mail.ru, Odnoklassniki.ru, ivi.ru, Russianfood.com, Edimdoma.ru, Ovkuse.ru, Foodclub.ru, Koolinar.ru, Vk.com, Target.my.com, Relap, Instagram.com, ОТМ, ОСА, Tveda.ru, GPMD, ИМНО, Ledy.mail.ru, Facebook.com, Yandex.ru, Videonetwork Лови натуральность.рф, Woman.ru, Wday.ru, Starhit.ru, Psychologies.ru,

Parents.ru, Sloboda.ru), а также на ТВ-каналах: Первый, Россия 1, НТВ, Пятый канал, РЕН ТВ, Домашний, ТВ-3, Ю, ТВЦ, Звезда, Россия 24, Муз - ТВ, Супер, МИР, Первый, Россия 1, НТВ, ТНТ, СТС, Пятый канал, РЕН ТВ, ТВЦ, Звезда, Дом кино, Телекафе, Музыка Первого, TLC. Viasat Nature, ID Xtra, Animal Planet, Discovery, Дом кино, Телекафе, Музыка Первого, Время, Кинокамедия, Наше новое кино, Кухня ТВ [13].

Таким образом, коллегией было установлено, что заявитель проводит активную и интенсивную рекламную кампанию, которая охватывает значительный период времени и рассчитана на неограниченный круг лиц. Данный установленный факт способствует признанию заявленного словесного обозначения «СЛОБОДА» общеизвестным товарным знаком в отношении продукции заявителя.

Анализ результатов всероссийского социологического опроса, проведенного компанией «Аналитическая социология» на предмет «Характер известности товарного знака «СЛОБОДА» среди потребителей России» в 2019 г. [9], показал следующее.

Целью исследования ставилось - определить уровень известности среди российских потребителей в возрасте от 18 лет и старше, проживающих в Москве, Санкт-Петербурге, Воронеже, Перми, Новосибирске и Краснодаре, обозначения «СЛОБОДА» в отношении товаров «майонеза, масел, в том числе растительных и подсолнечных, соусов (приправ), в том числе растительных и подсолнечных».

В соответствии с указанным опросом обозначение «СЛОБОДА» знакомо 82,7% опрошенных, при этом «уровень активного знания среди потребителей о товарах, маркируемых обозначением «СЛОБОДА» в отношении товаров «масла, в том числе растительные и подсолнечные» составляет 63,1%, в отношении товаров «майонез» составляет 78,4%. В указанном исследовании установлено, что 35,2% (большинство) соотносит продукцию как производимую компанией заявителя. Следует также отметить, что 31,8% респондентов знакома продукция, маркированная обозначением «СЛОБОДА».

Также заявителем представлено заключение социологического исследования, проведенного Фондом ВЦИОМ «Уровень известности товарного знака «СЛОБОДА» [11].

Исследование проводилось в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Перми, Воронеже и Краснодаре относительно товаров широкого потребления.

По результатам указанного социологического исследования установлено, что девять из десяти респондентов (90%) знакомы с обозначением «СЛОБОДА», в том числе 73% знают, что обозначение используется для маркировки соусов (майонеза, кетчупа), а 39% отметили, что обозначение используется для маркировки растительных масел. При этом 36 % опрошенных указали заявителя в качестве производителя продукции, а 64 % опрошенных знают продукцию, маркируемую обозначением «СЛОБОДА», более пяти лет в отношении товаров соусы (майонез и кетчуп) и 63% опрошенных также более пяти лет знают продукцию, маркируемую обозначением «СЛОБОДА», в отношении товаров растительное масло.

Из представленных доказательств коллегия пришла к выводу, что испрашиваемое в качестве товарного знака словесное обозначение «СЛОБОДА» в результате длительного и интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известно в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении производимых заявителем товаров 29 класса МКТУ «масла растительные» и товаров 30 класса МКТУ «майонез».

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

удовлетворить заявление, поступившее 22.10.2019, и признать обозначение «СЛОБОДА» общеизвестным товарным знаком на имя ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад», на территории Российской Федерации в отношении товаров 29 класса МКТУ «масла растительные» и товаров 30 класса МКТУ «майонез» с 01.02.2016.