



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 22.10.2020, о признании обозначения «» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.04.2016 на имя ООО «РОНА» (далее – заявитель), в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги аптек по продаже оптовой, розничной лекарственных, ветеринарных, гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения».

Обозначение «», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является комбинированным обозначением, представляющим собой словосочетание «АПТЕКА ВИТА», выполненное в кириллице, заглавными буквами белого цвета, стандартным шрифтом, между словами «АПТЕКА» и «ВИТА» расположено стилизованное изображение ростка, помещенного в круг, выполненное

в светло-оранжевом, зеленом и голубом цветах, границы каждого из элементов цветка и цветков в целом, окаймлены полосой белого цвета, все описанные выше элементы расположены на фоне оранжевого горизонтально ориентированного прямоугольника.



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

- перечень участников Группы компаний «ВИТА» [1];
- перечень аптек сети «ВИТА» [2];
- справка о вхождении сети аптек «ВИТА» в число крупнейших аптечных сетей [3];
- распечатка сведений о средствах индивидуализации, принадлежащих заявителю [4];
- примеры использования средств индивидуализации при оформлении аптек «АПТЕКА ВИТА» за период 01.01.2006-01.04.2016 гг. [5];
- учредительные документы родственных компаний [6]
- справка о количестве аптек, действующих под обозначением «АПТЕКА ВИТА» за период 01.01.2001-01.04.2016 гг. [7];
- примеры договоров закупки продукции [8];
- примеры договоров поставки продукции [9];
- документы, подтверждающие хозяйственную деятельность аптек сети «ВИТА» [10];
- справка о доходах аптечной сети «ВИТА» в период с 01.01.2001-01.04.2016 гг. [11];
- справка о распределении аптек сети «ВИТА» по регионам РФ [12];
- отчет об анализе рынка услуг розничной торговли лекарственными средствами [13];
- примеры упоминания аптек сети «ВИТА» в средствах массовой информации [14];
- сведения об учреждении РААС и Ассоциации «Аптечная Гильдия» [15];

- справка о размере затрат на рекламу аптек «ВИТА» [16];
- примеры рекламных публикаций [17];
- договор с ООО «Гримир» с исполнением [18];
- договор с ООО «Волчок-Логодизайн» с исполнением [19];
- копии наград [20];
- заключение № 103-2020 от 01.10.2020 г. [21];
- распечатка сведений о домене vitaexpress.ru [22];
- распечатка результатов поисковой выдачи на основании ретроспективного поискового запроса на сайте google.ru [23].
- результаты социологического опроса, проведенного Лабораторией социологической экспертизы Федерального государственного бюджетного учреждения науки Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук [24].

На заседании коллегии, состоявшемся 09.12.2020, заявитель дополнительно представил следующие материалы:

- пояснения к представленному социологическому опросу [25];
- дополнение к договору с ООО «Гримир» с исполнением [26].

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

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (22.10.2020) 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.

Обозначение «АПТЕКА ВИТА» используется заявителем в качестве средства индивидуализации в отношении заявленных услуг с 1995 года. Аптечный пункт под названием Аптека «Вита» был открыт в г. Самара по адресу: ул. Мичурина д.58.

Из представленных заявителем материалов [1-27] следует, что данное обозначение в период ранее даты, с которой испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, действительно использовалось им в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ.


Согласно представленным документам, по состоянию на 2003 год сеть аптек «ВИТА» входила в пятерку крупнейших профильных торговых сетей в России [3], а к 01.04.2016 количество аптек, принадлежащих заявителю, составило 684. Заявителем приведен подробный перечень аптек, осуществлявших деятельность под обозначением «АПТЕКА ВИТА», открытых в период с 1995 по 01.04.2016, присутствующих в большинстве крупных городов во всех регионах Российской Федерации [2].

Согласно отчету об анализе рынка услуг розничной торговли лекарственными средствами [13], подготовленному ФАС России, доля аптек заявителя под обозначением «АПТЕКА ВИТА» в 2008 году составляла от 36% до 56% от общего числа аптек в городах.

Как следует из приведенных заявителем материалов [7], под обозначением «АПТЕКА ВИТА» в период с 01.01.2007 по 01.04.2016 гг. в разных регионах Российской Федерации было открыто: в 2007 году – более 330 аптек; в 2008 году – 322 аптеки; в 2009 году – 309 аптек; в 2010 году – 321 аптека; в 2011 году – 370 аптек; в 2012 году – 431 аптека; в 2013 году – 474 аптеки; в 2014 году – 469 аптек; в 2015 году – 534 аптеки; в 2016 году – 684 аптеки.

Заявителем представлены примеры документов, подтверждающих ведение хозяйственной деятельности участниками ГК «ВИТА» [1], подтверждающие оказание услуг аптек [10], на примере ее участников: ООО «Рона», ООО «Мост», ООО «Стелла», ООО «Стрела», ООО «Цефей», ООО «Юпитер», ООО «Искра»,

ООО «Вега», ООО «Виктория», ООО «Итал» в период времени, предшествующий дате, на которую испрашивается признание заявленного обозначения общеизвестным товарным знаком на территории Российской Федерации.

Заявителем также предоставлена информация о географии использования заявленного обозначения [12]. Заявленное обозначение «» по состоянию на 01.04.2016 использовалось заявителем в г. Москве и Московской области, г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области, а также в 14 регионах Российской Федерации: Республика Башкортостан – 43 аптеки; Волгоградская область – 47 аптек; Воронежская область – 4 аптеки; Свердловская область – 3 аптеки; Республика Татарстан – 25 аптек; Республика Мордовия – 77 аптек; Нижегородская область – 41 аптек; Пензенская область – 43 аптек; Самарская область – 250 аптек; Саратовская область – 61 аптек; Ульяновская область – 71 аптек; Челябинская область – 4 аптек; Чувашская Республика – 26 аптек; Ярославская область – 4 аптек.

Анализ вышеуказанных материалов показывает широкую территорию оказания заявленных услуг 35 класса МКТУ, охватывающую большую часть Российской Федерации.

Заявителем также приведены договоры закупки и поставки продукции [8], [9], в отношении которой оказываются заявленные услуги 35 класса МКТУ. Также из представленных материалов [11] следует, что в результате осуществления предпринимательской деятельности доходы аптечной сети «ВИТА» в период с 01.01.2001 по 01.04.2016 составили: 2001 г. – 166 622 853 рубля; 2002 г. – 439 599 031 рубль; 2003 г. – 678 580 264 рубля; 2004 г. – 929 534 484 рубля; 2005 г. – 1 234 361 122 рубля; 2006 г. – 1 686 347 230 рублей; 2007 г. – 2 296 054 140 рублей; 2008 г. – 2 727 956 094 рубля; 2009 г. – 2 861 295 081 рубль; 2010 г. – 2 793 516 025 рублей; 2011 г. – 3 019 205 578 рублей; 2012 г. – 3 312 690 337 рублей; 2013 г. – 3 459 055 636 рублей; 2014 г. – 3 505 819 870 рублей; 2015 г. – 4 397 561 363 рубля; 2016 г. – 3 274 256 248 рублей. Общий размер дохода заявителя за указанный период составил 36 782 455 356 рублей.

Таким образом, коллегией установлено, что заявленное обозначение широко используется заявителем в отношении услуг 35 класса МКТУ «услуги аптек по продаже оптовой, розничной лекарственных, ветеринарных, гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения», в течение длительного времени, что подтверждается значительными затратами, связанными с оказываемыми услугами, при этом круг потребителей данных услуг очень широкий и не ограничивается определенной категорией лиц.

Заявителем в качестве доказательств широкой известности заявленного обозначения представлены копии публикаций в средствах массовой информации [14].


Заявителем приведены рекламные материалы с сайтов samru.ru (статьи от 22.09.2006 г., 06.11.2007 г., 16.11.2007 г.), 63.ru (статьи от 10.06.2008 г., 06.12.2011 г.), kp.ru «Комсомольская правда» (статьи от 05.04.2008 г., 02.01.2013 г., 25.11.2014 г., 25.03.2015 г., 30.06.2015 г.), <https://volga.news> (статьи от 01.07.2013 г., 01.08.2013 г.), Пресс-релиз совместно с Совкомбанком <http://www.press-release.ru/branches/medicine/3195e4eb52a33> (08.07.2014), trisosny.ru (статьи от 08.09.2015 и 13.08.2015), Первый Ульяновский портал 1UL.ru (статья от 15.01.2016). В печатных СМИ – «ВЕДОМОСТИ» (статьи от 20.02.2008 г., 11.12.2008 г., 24.08.2010 г.). На телевидении и радио сеть аптек «ВИТА» упоминалось Телерадиокомпанией «ТЕРРА» (статьи от 19.03.2015 г. и 19.03.2015 г.) и на Новокуйбышевском телевидении (статья от 22.03.2016 г.). Также среди примеров рекламных публикаций [17] фигурируют: рекламно-информационный макет аптечной сети «Вита», размещенный в выпуске № 2 издания «Диспансерная карта «Я и мой малыш» (август 2005 г.); Аптечный вестник «Вита» № 5(58) май 2005 г. (выходит ежемесячно с 2000 г. (свидетельство о регистрации СМИ ПИ №7 – 0007 от 6 апреля 2000 г.); Рекламно-информационный макет аптечной сети «Вита» в выпуске № 2 журнала «Личный врач» за 2010 г. Одновременно продвижение услуг сети «АПТЕК ВИТА» осуществлялось через интернет-сайт, расположенный по адресу <https://vitaexpress.ru> [22], зарегистрированный на имя заявителя. Представлен также ретроспективный поисковый запрос на сайте google.ru, отображающий

сведения о содержании страниц указанного сайта за период с 26.12.2007 по 01.04.2016 гг. [23].

Как следует из приведенной заявителем справки о расходах на рекламу [16], общий размер расходов на продвижения услуг аптек сети «ВИТА» в период с 01.01.2001 по 01.04.2016 гг. превысил 250 000 000 рублей.

Также заявителем представлены примеры разработанного ООО «Гримир» в 2010 г. по заказу ООО «Рона» брендбука [18], [26], который предусматривал, в частности, создание фирменного стиля Компании «Вита», а в 2014 г. между ООО «Рона» и ООО «Волчок Логодизайн» был заключен договор [19] на разработку дизайна рекламных и других представительских материалов, изготовление рекламных материалов, разработку и проведение различного рода акций и кампаний для продвижения аптек «АПТЕКА ВИТА» на рынке. В рамках исполнения этого договора были изготовлены, в частности брендбук, который включал в себя, в том числе, вывеску, световой логотип, баннеры, листовки, пакеты, визитные карточки, бланки письма, оформление дверей внутри торгового зала аптеки, штендеры и рекламное оборудование – стенды, наклейки, брелоки.


Помимо изложенного, заявителем представлены копии наград и дипломов [20], из которых следует, что в 2004 году заявитель был удостоен российской национальной наградой в области маркетинга и рекламы «БРЕНД ГОДА-2004», которая вошла в международную систему EFFIE. В том же году «АПТЕКА ВИТА» была признана «НАРОДНОЙ МАРКОЙ» 2004 года. В 2005 году заявитель награжден дипломом III степени Торгово-промышленной палаты Самарской области в номинации «БРЕНД-ОЛИМП» «Лучшее предприятие Самарской области». Помимо этого, Группа «Вита» была награждена «Платиновой унцией» в номинации «Лучшая аптечная сеть».

Из представленных доказательств коллегия пришла к выводу, что заявитель проводит активную и интенсивную рекламную кампанию, которая охватывает значительный период времени, что свидетельствует об информированности российских потребителей и узнаваемости обозначения «»,

используемого заявителем для индивидуализации заявленных услуг 35 класса МКТУ.


Коллегией также были изучены материалы социологического опроса [24], [25], проведенного Лабораторией социологической экспертизы Института социологии Российской академии наук, с целью определить уровень известности заявленного обозначения «» на сегодняшний день с точки зрения потребителей в отношении заявленных услуг 35 класса МКТУ «услуги аптек по продаже оптовой, розничной лекарственных, ветеринарных, гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения».


Из представленных данных можно сделать следующие выводы:

1. Заявленное обозначение «» известно большинству потребителей услуг по продаже лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения (59%). Подавляющее большинство опрошенных (96%) правильно ассоциируют тестируемое обозначение с такими услугами, как продажа лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения. Подавляющее большинство респондентов (86%) правильно идентифицировали лицо, предоставляющее услуги под тестируемым обозначением, назвав в качестве такового компанию заявителя. Кроме того, подавляющее большинство потребителей (87%) верно определили и правообладателя тестируемого обозначения – компанию заявителя. Большинство опрошенных (47%) к настоящему времени уже пользовались услугами, маркированными тестируемым обозначением.


2. Отвечая на ретроспективный вопрос, относящийся к дате 01.04.2016, большинство потребителей (56%) посчитали, что данное обозначение и на тот момент было им уже известно. Подавляющее большинство респондентов (93%), отвечая на ретроспективный вопрос, относящийся к дате 01.04.2016, верно ассоциировали тестируемое обозначение с такими услугами, как «продажа лекарственных средств, ветеринарных и гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения». Подавляющее большинство опрошенных (85%) в этом

же ретроспективном контексте правильно идентифицировали компанию-производителя услуг под тестируемым обозначением, назвав в качестве таковой компанию заявителя. Подавляющее большинство потребителей (85%) посчитали, что на дату 01.04.2016 они также назвали бы правообладателем тестируемого обозначения заявителя, что соответствовало бы действительности. На дату 01.04.2016 большинство респондентов (48%) уже имели опыт покупки услуг под данным обозначением.

Данные результаты позволяют сделать вывод о том, что на дату 01.04.2016 обозначение «» обладало высоким уровнем известности.

Таким образом, результаты проведенного социологического опроса показывают, что комбинированное обозначение «», используемое заявителем для индивидуализации заявленных услуг 35 класса МКТУ «услуги аптек по продаже оптовой, розничной лекарственных, ветеринарных, гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения», имеет широкую известность среди потребителей и обладает высокой различительной способностью по отношению к компании, которая оказывает данные услуги.

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 22.10.2020, признать комбинированное обозначение «» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении услуг 35 класса МКТУ – «услуги аптек по продаже оптовой, розничной лекарственных, ветеринарных, гигиенических препаратов и материалов медицинского назначения» с 01.04.2016.