


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 от 06.08.2020, о признании



комбинированного обозначения «» по свидетельству №718020 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 20.02.2020 на имя Непубличного акционерного общества «Национальная спутниковая компания» (далее – заявитель), в отношении товаров 09 класса МКТУ «оборудование для приема спутникового телевидения, в том числе, приемников спутниковых сигналов», услуг 38 класса МКТУ «вещание

телевизионное спутниковое, обеспечение доступа в Интернет», услуг 41 класса МКТУ «предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу».



Товарный знак по свидетельству №718020 «», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является комбинированным обозначением. Изобразительный элемент представляет собой размещенную на фоне белого цвета композицию, состоящую из размещенного в верхней части композиции стилизованного изображения острия стрелки синего цвета, указывающего вправо, и размещенного в нижней части композиции параллелограмма красного цвета. Композиция расположена диагонально, по направлению из левого верхнего в правый нижний угол. При этом правые стороны верхней части стилизованного изображения стрелки и параллелограмма лежат на одной прямой, а нижняя горизонтальная сторона стилизованного изображения стрелки и верхняя горизонтальная сторона параллелограмма также лежат на одной прямой. Под изобразительным элементом располагается словесный элемент «ТРИКОЛОР», выполненный заглавными буквами русского алфавита, оригинальным шрифтом синего цвета.

Для подтверждения общеизвестности товарного знака по свидетельству



№ 718020 «» заявителем были представлены следующие материалы:

- изображение комбинированного товарного знака по свидетельству №718020 [1];
- краткая история компании заявителя [2];

- исследования известности бренда «ТРИКОЛОР» (волна 1, декабрь 2018) [3];
- исследования известности бренда «ТРИКОЛОР» (волна 2, август 2019) [4];
- заключение №25-2020 от 20.02.2020 [5];
- файл с фотографиями с Международной выставки-форума CSTB. Telecom & Media 2018, 2019 и 2020 года (на CD-диске) [6];
- файл с фотографиями с дилерских премий «ТРИКОЛОР» CSTB. Telecom & Media 2018, 2019 и 2020 года (на CD-диске) [7];
- копия договора №49К от 28.08.2017 на организацию участия в выставке CSTB. Telecom & Media 2018 на [8];
- копия договора №44БЦ от 27.10.2017 [9];
- копия договора №19БЦ от 23.10.2028 [10];
- копия договора №52К от 17.09.2018 на организацию участия в выставке CSTB. Telecom & Media 2019 [11];
- копия договора №30К от 01.11.2019 на организацию участия в выставке CSTB. Telecom & Media 2020 [12];
- копия договора №12БЦ от 30.08.2019 [13];
- пример мониторинга публикаций с упоминанием комбинированного обозначения «ТРИКОЛОР» за январь 2020 года [14];
- пример мониторинга публикаций с упоминанием комбинированного обозначения «ТРИКОЛОР» за февраль 2020 года [15];
- файл с рекламными роликами (на флеш-накопителе) [16];
- презентация с описанием рекламы на внутренних ресурсах компании, файл с копией диплома победителя фестиваля Silver Mercury в номинации «Лучшая кампания построения лояльности бренду», файл с фотографией коробки приёмника с размещением знака «Народная марка» (на CD-диске) [17];

- справка о расходах на рекламу бренда «Триколор» (комбинированного товарного знака по свидетельству №718020) [18];

- фотографии упаковок товаров с размещенным на них комбинированным товарным знаком «ТРИКОЛОР» [19];

- файл с фотографиями фирменных салонов, использующих комбинированное обозначение «ТРИКОЛОР» (на CD-диске) [20];

- копия выписки из ЕГРЮЛ [20];

На заседании коллегии, состоявшемся 13.10.2020, поступило просьба заявителя о переносе заседания коллегии. Заседание было перенесено на 16.11.2020.

Заявителем 11.11.2020 были представлены дополнительные материалы, а именно:

- распечатка с сайта www.tricolor.tv [22];

- справочник клиента «ТРИКОЛОР» [23];

- руководство пользователя по установке и настройке оборудования [24];

- кассовый чек №309 [25];

- кассовый чек №545 [26];

- соглашение об оказании услуг «ТРИКОЛОР» [27];

- абонентский договор №904002609303 [28];

- правила проведения акции «Выбери пакет каналов» [29];

- правила проведения акции «Праздник детства» [30];

- правила проведения акции «Триколор снова угощает!» [31];

- правила проведения акции «15 лет Триколору» [32];

- заявка на установку и подключение к услугам [33];

- образец соглашения с дилером [34];

- CD-диск с фотографиями [35];

- ходатайство о сокращении перечня товаров и услуг по свидетельству №718020 в отношении которых заявитель просит признать его общеизвестным товарным знаком на территории Российской Федерации [36].

Заседание коллегии, состоявшееся 16.11.2020, было перенесено на 03.12.2020.

На состоявшемся 03.12.2020 заседании коллегии заявителем было повторно представлено ходатайство о сокращении перечня товаров и услуг по свидетельству №718020 [37].

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

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (06.08.2020) 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.





При анализе товарного знака по свидетельству №718020 «» на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 20.02.2020 на имя Непубличного акционерного общества «Национальная спутниковая компания» (далее – заявитель), в отношении товаров 09 класса МКТУ «приемники спутниковых сигналов» и услуг 38 класса МКТУ «вещание телевизионное спутниковое» установлено следующее.

Непубличное акционерное общество «Национальная спутниковая компания» было создано в 2005 году. Первый товарный знак, содержащий словесный элемент «ТРИКОЛОР», был подан на регистрацию в Роспатент 10 ноября 2005 года. Заявитель является правообладателем зарегистрированных товарных знаков со словесным элементом «ТРИКОЛОР» (свидетельства №№393779, 393963, 716814, 718020, 345633, 393962, 393961, 345895, 698541, 699912, 696928, 722045).

С 15 августа 2018 года заявитель в результате ребрендинга осуществляет свою хозяйственную деятельность под товарным знаком по



свидетельству №718020 «» [1, 2].

На территории России открыто более 350 фирменных салонов, использующих обозначение по свидетельству №718020 «». В указанных салонах, помимо возможности приобретения продукции маркированной заявленным обозначением и подключения услуг, можно также получить сервисное и гарантийное обслуживание оборудования.

Помимо магазинов, товары, маркированные товарным знаком по



свидетельству №718020 «
», представлены на сайте заявителя www.tricolor.tv [19, 20].

В 2006 году к «Триколор ТВ» подключились 150 тысяч человек, число зрителей составило 450 тысяч человек. В 2007 года число зрителей составило 500 тысяч человек. Динамика увеличения числа абонентов сохранилась и в последующие года и к 2009 году число зрителей «Триколор ТВ» составило уже 5 миллионов человек. В 2015 году к спутниковому телевидению подключился 5-миллионный HD-абонент. Доля HD-абонентов оператора достигла 45% от общей 11-миллионной абонентской базы. На 2016 год абонентская база составляла 12 миллионов домохозяйств. В 2017 и 2018 годы половина всех новых подключений услуги в сегменте B2C в России (48 %) приходится на заявителя.


По итогам 2019 года общая база оператора составила 12,230 миллионов домохозяйств, в том числе 10 миллионов подписчиков HDTV и более 125 тысяч UHD-клиентов и 1,2 миллиона пользователей интернет-проекта. При этом зона спутникового покрытия охватывает 96% территории Российской Федерации.

При приобретении оборудования заявителя, а именно приемники спутниковых сигналов, потребители получают справочник клиента и руководство пользователя по установке и настройке оборудования, которые вкладываются во все коробки с оборудованием, маркированным



комбинированным товарным знаком «
» по свидетельству № 718020. В данных справочниках и руководствах до потребителей доводится




информация, что услуги под комбинированным товарным знаком «» по свидетельству № 718020 предоставляет заявитель (НАО «Национальная спутниковая компания»). [23, 24].

Относительно предоставления услуг по вещанию телевизионному спутниковому, то их заявитель гарантирует предоставить только зарегистрированным клиентам. Перед регистрацией потребитель должен ознакомиться с соглашением об оказании услуг и условиями оказания услуг. В данных соглашениях в качестве стороны договора указана компания-заявитель [27, 28, 33, 34].

Потребители могут произвести оплату различными способами через сайт компании, в салоне связи, с помощью карты оплаты. При оплате услуг и покупке оборудования потребитель получает кассовый чек, в котором указано, что получателем денежных средств является НАО «Национальная спутниковая компания» [25, 26].


Из представленных доказательств коллегия пришла к выводу, что



товарный знак по свидетельству №718020 «» в результате длительного и интенсивного использования стал на указанную в заявлении дату широко известен в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении производимых заявителем товаров 09 класса МКТУ «приемники спутниковых сигналов» и оказываемых заявителем услуг 38 класса МКТУ «вещание телевизионное спутниковое».

Расходы на продвижение товаров и услуг, маркированных товарным



знаком по свидетельству №718020 «», составили [18]: август -

декабрь 2018 года - 401 599 802 рублей; январь - декабрь 2019 года - 1 178 723 901 рублей; январь - май 2020 года - 319 970 712 рублей.

В отношении рекламной кампании заявителя коллегия отмечает следующее. Заявитель по настоящее время принимает активное участие в различных выставках, на которых представляет товары, услуги, маркированным заявленным товарным знаком. Заявитель многократно участвовал в Международной выставке-форуме CSTB. Telecom & Media (2018, 2019, 2020 годах) на которой представлены все новые и активно развивающиеся технологии в области ТВ и телекоммуникаций. В 2020 году заявитель выступил не только как участник выставки, но и как стратегический партнер [7-13].

Сведения рекламного и информационного характера о товарах и услугах, предоставляемых заявителем «приемники спутниковых сигналов» и «вещание телевизионное спутниковое», маркируемых заявленным обозначением, присутствуют в различных газетах, каталогах, брошюрах, справочниках (Коммерсантъ, ТАСС, Известия, Москва 24, Прайм, intermedia, Sports.ru; Комсомольская правда; Теле-Спутник; Яндекс-Новости, Рамблер, Эхо Москвы) [14-15].


В рамках федеральной рекламной кампании в 2019 году были выпущены три рекламных ролика [16].

Заявитель при продвижении заявленного обозначения использует следующий нелинейный рекламный инвентарь: межпрограммный баннер, инфобаннер, ТВ почта, бегущая строка плюс информационная плашка, динамическая плашка, splash screen, баннер телегида. Совместно с федеральными рекламными компаниями заявитель непрерывно размещает рекламу на своих внутренних ресурсах с охватом около 40 миллионов человек [17].

Заявитель является победителем и призером многих престижных конкурсов и премий, таких как: Silver Mercury (2020 год), Премия Eutelsat TV Awards (2010, 2015, 2016 года), ЗОЛОТОЙ ЛУЧ (Национальная премия в области спутникового, кабельного и интернет телевидения 2013, 2014, 2016, 2017 года), БОЛЬШАЯ ЦИФРА – (Первая в России Национальная премия в области многоканального цифрового телевидения 2010, 2011, 2015, 2016, 2017, 2020 года), Премия COMNEWS AWARDS (2013, 2014, 2015, 2016, 2017 года), премия Guinness World Records (2016 год), Премия EFFIE AWARDS (2011 год), VIDEO INTERNATIONAL (2011 год), Intercom Awards (2013 год), Премия SatComRus Award (2015), Премия «Хрустальная гарнитура» (2019, 2020), Call Center Guru Awards (2019, 2020 года), Победитель конкурса «НАРОДНАЯ МАРКА (2011 год) [18].


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 товарного знака по



свидетельству №718020 «» общеизвестным товарным знаком в отношении товаров и услуг заявителя.

В результате проведения исследования в декабре 2018 установлено, что



товарный знак под №718020 «» характеризуется высокими показателями знания среди опрошенной аудитории, занимая второе место в категории (вслед за Ростелекомом): наведенное знание - 88%, спонтанное знание - 34%, первые упоминания - 23%. (волна 1). Исследование, проведенное в августе 2019 года (волна 2), показало, что наведенное

(подсказанное) знание выросло до 90%, что вывело комбинированное




обозначение «» на первое место по данному показателю [3, 4].

Лабораторией социологической экспертизы Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН с 28 января 2020 года по 12 февраля 2020 года проводился опрос общественного мнения в 6 крупных городах и 80 населенных пунктах России [5].


Предметом социологического исследования явилось определение уровня известности в настоящее время комбинированного обозначения по



свидетельству №718020 «» с точки зрения потребителей оборудования для приема спутникового телевидения, в том числе приемников спутниковых сигналов (09 класс МКТУ); вещания телевизионного спутникового, обеспечения доступа в Интернет (38 класс МКТУ); предоставления незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу» (41 класс МКТУ).

Результаты исследования показали, что комбинированное обозначение




по свидетельству №718020 «» известно подавляющему большинству потребителей (90%). Подавляющее большинство опрошенных (97%) правильно ассоциируют тестируемое обозначение с таким товаром, как оборудование для приема спутникового телевидения, в том числе приемники спутниковых сигналов, а также с такими услугами, как вещание телевизионное спутниковое (96%). Около трети опрошенных имеют опыт

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 06.08.2020, признать



комбинированное обозначение «» по свидетельству №718020 общеизвестным товарным знаком на имя Непубличное акционерное общество «Национальная спутниковая компания» на территории Российской Федерации в отношении товаров 09 класса МКТУ «приемники спутниковых сигналов» и услуг 38 класса МКТУ «вещание телевизионное спутниковое» с 20.02.2020.