

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 09.06.2022, о признании комбинированного обозначения «» по свидетельству №848409 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 09.06.2022 на имя Открытое акционерное общество «Савушкин продукт» (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «йогурт; кефир [напиток молочный]; масло сливочное; молоко и молочные продукты; намазки творожные; напитки молочные с преобладанием молока; пахта; простокваша [скисшее молоко]; ряженка [молоко топленое молочнокислого брожения]; сметана [сквашенные сливки]; сырki творожные; сыры; творог».

Согласно заявлению в качестве общеизвестного в Российской Федерации товарного знака испрашивается используемый заявителем товарный знак по свидетельству №848409 «  ».

Товарный знак зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 18.01.2022 с приоритетом от 25.10.2021 по заявке № 2021770561 в отношении следующих товаров и услуг:

05 класс МКТУ - вода морская для лечебных ванн; воды минеральные для медицинских целей; воды термальные; гематоген; глюкоза для медицинских целей; горчица для фармацевтических целей; добавки минеральные пищевые; добавки пищевые; жир рыбий; конфеты лекарственные; культуры микроорганизмов для медицинских целей; лакричник для фармацевтических целей; лактоза для фармацевтических целей; молоко белковое и молочные ферменты для фармацевтических целей; молоко сухое для детей; мука для детского питания; напитки диетические для медицинских целей; напитки из солодового молока для медицинских целей; питание детское; препараты белковые для медицинских целей; препараты витаминные; препараты с микроэлементами для человека или животных; продукты диетические пищевые для медицинских целей; среды питательные для культур бактерий; чай травяные для медицинских целей;

29 класс МКТУ - варенье; желе; йогурт; кефир [напиток молочный]; компоты; кумыс [напиток молочный]; маргарин; масло сливочное; молоко и молочные продукты; мясные экстракты; мясо; намазки творожные; напитки молочные с преобладанием молока; овощи и фрукты консервированные, сушеные и подвергнутые тепловой обработке; пахта; простокваша [скисшее молоко]; птица и дичь; рыба; ряженка [молоко топленое молочнокислого брожения]; сливки [молочный продукт]; сливки взбитые; сметана

[сквашенные сливки]; сыворотка молочная; сырки творожные; сыры; творог; ферменты сычужные; яйца;

32 класс МКТУ - вода газированная; воды минеральные [напитки]; напитки безалкогольные; напитки фруктовые безалкогольные; пиво; сиропы для напитков; соки фруктовые; составы для приготовления безалкогольных напитков;

35 класс МКТУ - демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; продвижение продаж для третьих лиц; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; услуги, связанные с розничной продажей товаров, относящихся к 05, 29 и 32 классам, через магазины.

Согласно описанию, приведенному в заявке, товарный знак является комбинированным обозначением, включающим словесный элемент «Савушкин» в специальном шрифтовом исполнении, помещенный внутри овала с выемкой в верхней части, в которой расположено стилизованное изображение кувшина с льющим молоком.

Товарный знак охраняется в синем, красном, белом цветовом сочетании.

Для подтверждения общеизвестности товарного знака под №848409



« » заявителем были представлены следующие материалы:

- социологический опрос исследование узнаваемости обозначения «Савушкин», проведенный ВЦИОМ в 2021 [1];

- справка о годовых объемах реализованной продукции за 2017- 2022 [2];

- декларации о соответствии продукции 2019 - 2021 гг. [3];

- договоры поставок 2016, 2019 гг., международные товарно-транспортные накладные «CMR» и товарные накладные 2019 - 2022 гг. [4];
- договоры с поставщиками упаковки 2014 - 2020 гг. [5];
- договоры по созданию и размещению рекламы 2016, 2019, 2020 гг. [6];
- анализ данных о посещаемости сайта заявителя 2019 – 2022 гг. [7];
- разрешение Межведомственной комиссии Правительства Москвы по выдаче разрешений на право использования государственной символики [8];
- консолидированная бухгалтерская отчетность за 2019, 2020 годы, бухгалтерский баланс за 2021 год [9];
- сопроводительное письмо с эфирными справками 2020, 2021 [10];
- выписки из ЕГРЮЛ и копия свидетельства на товарный знак [11];
- благодарность, выставки и награды 2017-2021 гг. [12];
- презентация о представленности продукции под товарным знаком на территории РФ за период с 2015 по 2021 и флеш накопитель [13];
- образцы сувенирной продукции и макетов [14].

На заседании коллегии, состоявшемся 13.07.2022, 16.08.2022 с учетом ходатайства заявителя, заседание коллегии было перенесено на 18.10.2022.

На заседании коллегии состоявшемся 18.10.2022 было принято решение перенести его на 08.11.2022, а также заявителем были представлены дополнительные материалы:

- копии отгрузочных документов август 2019 – август 2022 [15];
- пояснительная записка по Отчету АО ВЦИОМ [16].

Заявителем 08.11.2022 представлено ходатайство о переносе даты рассмотрения заявления, а также представлены следующие дополнительные материалы:

- презентационный материал с выставки 2022 [17].

На заседании коллегии, состоявшемся 23.11.2022, принято решение о его переносе на 08.12.2022 с учетом представленных дополнительных материалов:

- договоры поставки 2009, 2013, 2017 [18];
- каталоги продукции 2021, 2022 [19];
- эфирные справки 2020, 2021 [20].

На заседании коллегии, состоявшемся 08.12.2022, принято решение о его переносе на 10.01.2023 с учетом представленных дополнительных материалов:

- ходатайство об уточнении перечня [21].

Рассмотрение заявления по итогам заседаний коллегии, состоявшихся 10.01.2023, 26.01.2023 перенесено на более поздний срок.

На заседании коллегии, состоявшемся 03.02.2023 заявителем представлены дополнительные материалы, а именно:

- ходатайство об уточнении перечня [22];
- дополнительные материалы к письму на материальном носителе [23].

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

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (09.06.2022) 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 №848409 «» на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 09.06.2022 на имя ОАО «Савушкин продукт» (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог» установлено следующее.

Согласно доводам заявления заявитель в 1976 начинает свою работу, как Государственное предприятие «Брестский молочный комбинат». В 1994 он преобразовывается в ОАО «Брестский молочный комбинат», а в 2005 в ОАО «Савушкин продукт» [11].

С 2015 года заявитель осуществляет и использует в своей хозяйственной деятельности товарный знак по свидетельству №848409

«» [11].

Как видно из представленных документов, заявителем выпускается линейка молочных продуктов, в том числе «йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог» на которых основное место при их маркировке занимают иные обозначения, такие как: «ТЕОS», «SVEZA», «Свежесть», «Оптималь», «Апети», «Суперкид». [3, 14, 19]. Учитывая, что товары 29 класса МКТУ относятся к товарам широкого потребления и риск спонтанных

покупок при выборе товаров данной категории высок. Данный факт подтверждает доводы коллегии, что потребители ассоциируют приобретаемые ими товары с тем обозначением, которое занимает пространственно-доминирующее положение на упаковке.

На территории Российской Федерации действуют две дочерние компании ООО «Савушкин продукт» и ООО «Савушкин продукт-Москва», которые осуществляют реализацию продукции изготавливаемой заявителем ОАО «Савушкин продукт» [2, 3, 11].

Реализация продукции подтверждается реестром договоров поставки и реестром договоров о реализации продукции, а также отгрузочными документами. [4, 10, 15, 18].

Представленные договоры поставки [15, 18] на территории Российской Федерации заключались от имени компаний ООО «Савушкин продукт» и ООО «Савушкин продукт-Москва».

Как видно из представленных договоров поставок и приложенных к ним товарно-транспортных международных накладных с ООО «Цефей» от 2016 года с дополнениями до 25.03.2022 на территории г. Калининград, ООО «Маркет Лайн» от 2016 с дополнениями до 14.10.2021 на территории Санкт-Петербург, с ООО «Савушкин продукт» от 2018 с дополнениями до 30.03.2022 на продукцию в Московскую область, Балашихинский район не доказывают их широкий географический охват в реализации продукции «йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог». А представленные накладные по отношению к товару «йогурт» представлены в отношении иного обозначения «TEOS» [10].

В товарных накладных к договорам поставки 2019 – 2022 гг. с ритейлерами «Лента», «Метро», «Перекресток» представлены не все заявленные товары 29 класса МКТУ. Так в договорах и накладных с «Лента» отсутствуют товары «намазки творожные», «сырки творожные». С «Метро»

отсутствуют товары «сырки творожные». С «Перекресток» отсутствуют товары «сырки творожные». А представленные накладные по отношению к товару «йогурт» представлены в отношении иного обозначения «ТЕОS». При этом, представленные договоры поставок с ритейлерами «Ашан», «Окей», «МАГНИТ» хоть и представлены в отношении таких товаров как: «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог», однако их количество недостаточно, так как они охватывают узкий период и не охватывает период с 2015 – 2018. А представленные накладные по отношению к товару «йогурт» представлены в отношении иного обозначения «ТЕОS» [10].

Из анализа представленных документов поставок и накладных к ним [4, 10, 15, 18] коллегия пришла к обоснованному выводу, что заявителем не доказана широкая реализация на территории Российской Федерации товаров 29 класса МКТУ «йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог», при этом документы в отношении товара «йогурт» представлены с использованием иного обозначения «ТЕОS», что не позволяет установить факт известности именно заявленного обозначения «» среди соответствующих потребителей.

В отношении рекламной кампании заявителя коллегия отмечает следующее. Как видно из представленных документов, от имени ООО «Савушкин продукт» заключаются договоры на изготовление упаковок с различными поставщиками, при этом упаковки таких товаров, как «намазки творожные», отсутствуют [6].

Заявленное обозначение представлено в рекламном времени федеральных и региональных телеканалов Российской Федерации. Основными партнерами для размещения рекламы на телеканалах стали агентства ООО «АПР Медиа Сервисиз-ОМД» (2018-2019 года) и ООО

«ААПС Медиа» (2020 г. - по настоящее время). Реклама осуществлялась на таких телеканалах Российской Федерации как: ТНТ, Россия 24, Россия 1, ТВ Центр, МИР, Домашний, 5 канал, Рен-ТВ, Звезда, ТВЦ, 2x2, ТВ 1000, RU TV, в следующих регионах: г Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, Ленинградская область в отношении товара «творог».

Как видно из представленных эфирных справок реклама заявленного обозначения не имела широкого распространения и ограничивалась только несколькими регионами Российской Федерации и только в отношении товара «творог».[10, 13]. В связи с чем, коллегия приходит к выводу, что представленные материалы не содержат сведений, позволяющих установить на указанную дату (09.06.2022) или в период, непосредственно

предшествовавший этой дате, что заявленное обозначение «» широко и интенсивно доводилось заявителем до потребителя и способствовало бы формированию у потребителей ассоциации заявленного обозначения с заявителем и в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог».

Коллегия также не может принять эфирные справки по рекламе «творога», «творожка», « сыр воздушный», «сыр творожный», «моцарелла»; «сырки» в блоках телеканалов Москва, Санкт-Петербург, г. Краснодар, г. Нижний-Новгород, Ростов-на Дону с 14.11.22 – 30.11.2022, поскольку они датированы после даты 09.06.2022 с которой испрашивается признание

комбинированного обозначения «» по свидетельству №848409 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком.

Из представленных материалов по публикациям статей, размещенных на различных сайтах в сети интернет за период с 2019-2022 гг. коллегия пришла к выводу, что они имеют тенденцию к снижению.

Так в сети «вконтакте»: средний показатель вовлеченности за 2018 - 0,88%, за 2019 - 0,87%, за 2020 - 2,37% вместе с тем, с май по декабрь 2020 наблюдается снижение уровня вовлеченности, за 2021 - 0,30%. В сети «одноклассники» за 2019 0,95%, за 2020 0,77%, вместе с тем с апрель по декабрь наблюдается заметное снижение уровня вовлеченности, за 2021 - 0,11%. В сети «Facebook» за 2019 - 1,19%, за 2020 - 0,64%, за 2021 - 0,84%. В сети «Инстаграмм» за 2019 3,02%, за 2020 - 2,54%, за 2021 - 2,05% [7].

Анализ сведений рекламного и информационного характера показывает, что заявленное обозначение, присутствуют в различных публикациях в СМИ за 2019 г. «Домашний очаг», «Кулинар», «Kitchen Mag», журнал «Добрые Советы. Люблю готовить», «Style in the city», «Now you know», «Львиная доля городских новостей», «Family», «Porusski» однако данных публикации не достаточно для подтверждения интенсивности и широкого географического охвата, поскольку отсутствуют публикаций по иным периодам, а также, поскольку данные документы представлены в отношении только товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: творог» [9, 22].

Представленные заявителем документы по рекламной кампании не содержат сведений об участии именно заявителя ОАО «Савушкин продукт» в рекламных кампаниях соответствующей продукции 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог» и в ее распространении на территории Российской Федерации.

Из представленных документов коллегия не может придти к выводу о том, что в результате длительного и интенсивного использования потребители четко ассоциируют заявленное обозначение не посредственно с заявителем.

Таким образом, из представленных документов коллегией установлено, что заявителем не доказана активная и интенсивная рекламная кампания, которая охватывала бы значительный период времени в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог».

Данный установленный факт не способствует признанию товарного знака по свидетельству №848409 «» общеизвестным товарным знаком в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог».

Анализ фактических данных, содержащихся в поступившем заявлении и документах, приложенных к нему, свидетельствуют и позволяют сделать вывод коллегии о том, что среднестатистический потребитель в Российской Федерации не мог ассоциировать товары «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог» и обозначение по

свидетельству №848409 «» непосредственно с заявителем ОАО «Савушкин продукт».

Вышеуказанный вывод коллегии находит свое подтверждение и в социологическом опросе, который проводился 21-27 июня 2021 г. Всего в нем приняло участие 1500 респондентов [1]. При этом, несмотря на довольно широкий охват соцопроса в 37 городах. В Москве в опросе приняло участие 401 человек, в Санкт-Петербурге 171 человек.

По результатам социологического опроса 67 % респондентов указали,

что обозначение «» знакомо им в отношении «молочной продукции». При этом социологический опрос не раскрывает в отношении,

каких именно товаров молочной продукции знакомо заявленное обозначение потребителям.

На открытый вопрос 36% опрошенных назвали компанию Савушкин/Савушкин продукт в качестве компании, использующей заявленное обозначение. При этом 36% следует рассчитывать от другого количества респондентов равным 1003 опрошенных. На закрытый вопрос 89% опрошенных отметили, что это ОАО «Савушкин продукт». Однако коллегия критично подходит к формулировкам вопросов и предложенных вариантах ответов на них. Так, на закрытый вопрос из предложенных вариантов ответов не были указаны дочерние компании ООО «Савушкин продукт», ООО «Савушкин продукт-Москва». Опрашиваемые в таком случае отвечали на закрытый вопрос не исходя из своего реального знания о заявителе, а исходя из логического домысливания, поскольку заявленное обозначение содержит словесный элемент «Савушкин», а из предложенных компаний только одна компания ОАО «Савушкин продукт», которая содержит в своем наименовании такой же словесный элемент.

В этой связи следует констатировать, что результаты проведенного социологического опроса не позволяют прийти к однозначному выводу о том, с каким лицом, на дату 09.06.2022, ассоциировалось заявленное

обозначение «».

Из совокупности представленных материалов коллегия не может сделать однозначный вывод о том, с каким лицом ассоциируется обозначение

«», поскольку на территории Российской Федерации хозяйственную деятельность ведет ООО «Савушкин продукт» и ООО «Савушкин продукт-Москва», и из совокупности всех представленных

материалов не формируется представление о взаимосвязи заявленного обозначения с иностранной компанией заявителя ОАО «Савушкин продукт».

При анализе совокупности представленных материалов не представляется возможным утверждать, что заявленное обозначение



«» в сознании российских потребителей связано исключительно с заявителем ОАО «Савушкин продукт» по смыслу пункта 1 статьи 1508 Гражданского кодекса.

Таким образом, коллегия не может сделать вывод о том, что



обозначение «» в результате интенсивного использования стало на 09.06.2022 широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров 29 класса МКТУ «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог».

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 09.06.2022, о признании комбинированного обозначения «Савушкин» по свидетельству № 848409 общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации с 09.06.2012 года в отношении товаров 29 класса МКТУ – «молочные продукты, а именно: йогурт, намазки творожные, сырки творожные, творог» на имя ОАО «Савушкин продукт».