

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
Экспертной комиссии о результатах рассмотрения заявления,
поданного в Федеральную службу по интеллектуальной
собственности, патентам и товарным знакам

Экспертная комиссия на своем заседании, состоявшемся 07.02.2012, рассмотрела заявление от 01.06.2011, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) 20.06.2011, о признании товарного знака «Reebok» по свидетельству №160212 общеизвестным товарным знаком с 01.11.2010 на имя компании «Рибок Интернешнл Лимитед», 4 Флор, 11-12 Пэл Мэл, Лондон SW1Y 5LU, Англия (далее – заявитель, компания «Рибок») в отношении товаров 25 класса МКТУ «спортивная одежда, спортивная обувь, головные уборы», с учетом дополнительных материалов, поступивших 27.12.2011.

Для подтверждения общеизвестности товарного знака по свидетельству №160212 заявителем представлены следующие материалы:

Приложение №1:

- Копия материалов из базы ФИПС «Товарные знаки и знаки обслуживания» о регистрации товарного знака по свидетельству №160212;

Приложение № 2:

- 2-1. История компании "Рибок Интернешнл Лимитед" <http://corporate.reebok.com>;
- 2-2. Копия статьи на сайте <http://netked.ru> "Подданный ее величества - Reebok. История бренда", 30.10.2009 г.;
- 2-3. Отрывок из книги "Книга Ошибки и успехи в маркетинге 8-е издание", Р.Харпиш, "Вильямс", 2003 г., 480 с.;
- 2-4. Копия статьи "Джордан или О'Нил? NIKE или REEBOK?" газета "БИЗНЕС" №30(601), 26 июля 2004 г., раздел "Истории/игрового успеха", Дмитрий Ангелин;

Приложение № 3:

- Ссылка на электронный каталог, размещенный на сайте Компании <http://www.reebok.com>; <http://www.reebok.ru>.

Приложения № 4:

- Таблица, подтверждающая регистрации Товарного знака по всему миру;

Приложение № 5:

- Журнал Компания №402 от 20.02.2006 г., статья "Весь мир оденут в одинаковую спортивную форму", Ольга Кравец;

Приложение № 6:

- 6-1. Копии материалов статьи «Опубликован рейтинг самых успешных брендов за последние полвека» от 02.07.2008 г., размещенный в сети Интернет на сайте www.sostav.ru.
- 6-2. Копии материалов статьи "Самые дорогие бренды Олимпиады", размещенной в сети Интернет на сайте [http:// sportaso.info](http://sportaso.info);

Приложения №7:

- 7-1. Отрывок из книги Harris T.L. The Marketer's Guide to Public Relations. John Wiley & Sons, Inc., 1991. «МАРКЕТИНГ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ (mpr) И КУЛЬТУРА», Перевод Е. Бакановой.
- 7-2. Копия статьи «Молодость Reebok: рок-н-ролл и политика», журнал «Рекламные идеи»;

Приложение № 8:

- Копии статей, подтверждающих спонсорские программы Компании

Приложение № 9:

- Копии статьи "Reebok признали самым этичным производителем обуви", источник sportindustry.ru;

Приложение №10:

- Копии статей, подтверждающих глобальные рекламные компании «Рибок Интернешнл Лимитед».

Приложение №11:

- 11-1. Отчет за 2009 г. об объемах продаж компании "Рибок Интернешнл Лимитед", размещенный на сайте <http://adidas-group.corporate-publications.com> (перевод);
- 11-2. Стратегия компании "Рибок Интернешнл Лимитед", размещенный на сайте <http://adidas-group.corporate-publications.com> (перевод).

Приложение №12:

- 12-1. Копия учредительного документа, подтверждающего регистрацию компании в Российской Федерации.
- 12-2. Копия статьи "Nike, Reebok и Adidas: три волны атаки на массовое сознание россиян, опубликованной в сети Интернет на сайте sport-tovary.ru;

Приложение № 13:

- Копия статьи "Брендинг в стиле Reebok: veni, vidi, vici" Интервью с генеральным директором "Рибок-Россия" Юрием Баевым, опубликованное на сайте E-executive.ru сообщество менеджеров;

Приложение № 14:

- 14-1. Копия статьи Reebok: год в России Из астероида "Планета Reebok" превратилась в монстра, газета "Коммерсантъ" №85(553) от 12.05.1994 г.;
- 14-2. Копия статьи "Reebok-Россия": отмечен рост оборотов в три раза, газета "Коммерсантъ" №233(701) от 08.12.1994 г.).

Приложение № 15:

- 15-1. Копии статей о покупке компании "Рибок" компанией "Адидас";
- 13-2. Копии лицензионных соглашений между компаниями Рибок Интернешнл Лимитед" и "Адидас АГ", зарегистрированными Роспатентом: РДОО16632 от 17.01.2007 г. в отношении товаров 25 класса;

РДООЗЗ 152 от 26.02.2008 г. в отношении товаров 25 класса;

РД0052593 от 15.07.2009 г. в отношении товаров 25 класса;

РД0052594 от 15.07.2009 г. в отношении товаров 25 класса;

Приложение №16:

- 16-1. Копии страниц каталогов продукции заявителя за 2007г.; 2008г.; 2009 г, 2010 г.;
- 16-2. Копии Договоров по предварительному заказу: 2006 г., 2007 г.: 2008 г.; 2009 г.;

Приложение №17:

- Копия материалов о результатах рейтинга "Любимые бренды россиян", размещенных на сайте www.top20brands.ru;

Приложение №18:

- 18-1. Копия материалов размещенных на сайте Sostav.ru - TNS Gallup AdFact опубликовала данные по ведущим рекламодателям за неделю (период: 16.08.2004 - 22.08.2004 г.) ТОП-20 рекламодателей;
- 18-2. Копия материалов размещенных на сайте РБК.Рейтинг TOP-100 рекламодателей в СМИ в сентябре 2005 г.;
- 18-3. Копия статьи "Крупнейшие рекламодатели в I квартале 2006 года от 05.06.2006 г., Валерия Волохова, источник: сайт RBC daily;
- 18-4. Копия статьи "Крупнейшие рекламодатели в России (11 квартале 2006 года) от 08.08.2006 г., Валерия Волохова, источник: сайт Sostav.ru;
- 18-5. Фото наружной рекламы, рекламы в СМИ, вывесок оформления магазинов;

Приложение №19:

- 19-1. Копия Договора о размещении рекламы от 18 января 2005 года с компанией ЗАО "КАРАТ Русс Медиа";
- 19-2. Копия Приложения №2008_3_R от 11.02.2008 г. о размещении рекламы бренда Reebok на телевидении (к Договору от 18.01.2005 г.);
- 19-3. Копия исследований компании КОМКОН "Недельные аудитории национальных телеканалов Россия. I квартал 2007 г.";

Приложение № 20:

- 20-1. Копия Приложения №2008/8_R от 26.08.2008 г. о размещении рекламы бренда Reebok в печатных изданиях (к Договору от 18.01.2005 г.);
- 20-2. Копия Приложения №2009/5 R от 17.03.2009 г. о размещении рекламы бренда Reebok в печатных изданиях (к Договору от 18.01.2005 г.);
- 20-3. Копии материалов, размещенных в сети Интернет: ТОП продаж печатных изданий за 2009 г; Рейтинг печатных изданий. Top-50 Россия (Комкон); Рейтинг печатных изданий на основании исследования Premier-TGI;
- 20-4. Товарный знак Reebok используется на рекламной продукции Компании;
- 20-5. Примеры использования Товарного знака Reebok в рекламе СМИ;

Приложение № 21:

- 21-1. Копия статьи, размещенной на сайте media-online.ru «Reebok призывает тренироваться с улыбкой» от 23.06.2009 г.;
- 21-2 Копия статьи, размещенной на сайте Sostav.ru "Овечкин "поднялся по ступеням" Reebok";
- 21- 3. Презентации рекламных компаний "Рибок Интернешнл Лимитед":
EASYTONE Новый способ тренировки ягодич, REEBOK JUKARI Fit to Fly и JUKARI FIT to FLEX, ZIGTECH Энергетик для ваших ног;
- 21-4. Копия Приложения №2007/1 R от 17.07.2007 г. о размещении рекламы бренда Reebok на бортах городского муниципального транспорта в Москве (к Договору от 18.01.2005 г.);
- 21- 5. Копия Приложения №2007/6 R от 17.07.2007 г. о размещении наружной рекламы бренда Reebok в Москве (к Договору от 18.01.2005 г.);
- 21-6. Копия Приложения №1 к Дополнительному соглашению № 233 от 03.03.2007г. к Договору №2-06-03- от 05.06.03 г.;

Приложения №22:

- 22-1. Копия Приложения №2009/2_R от 18.01.2005 г. о размещении рекламы бренда Reebok на сайтах в сети Интернет;
- 22-2. Копия статьи «Reebok в имитаторе футбола PRO Evolution Soccer 6», от 23.12.2006г.;

- 22-3. Копия статьи "PRO Evolution Soccer 6 будет рекламировать Reebok" , от 17 октября 2006 г. размещенной на сайте www.ixbt.com Новости игровой индустрии;
- 22-4. Копия статьи "Виртуальный футбол с Reebok", размещенной в сети Интернет;
- 22-5. Копия статьи «World cyber games – 2006: Новые перспективы России», размещенный на сайте www.proplay.ru;
- 22-6. Копия статьи «Reebok публикует результаты мобильной рекламной компании с участием Раджона Рондо», размещенной на сайте www.procontent.ru;

Приложения № 23:

- 23-1. Копии статей из различных СМИ и сети Интернет о турнирах Reebok 3X3 в России (подборка статей за 2001-2005 гг.);
 - 23-2. Копии статьи Reebok спонсирует Марш Avon 2007, опубликованный в журнале «in Sports»;
 - 23-3. Копии статей из различных СМИ о компании «Рибок» и развитии сети фитнес-клубов;
 - 23-4. Копия Договора возмездного оказания услуг №АФ-01-09 от 20.01.2009 г. и ООО «А-Фитнес»;
 - 23-5. Копия Договора возмездного оказания услуг №ДС-01-09 от 20.01.2009г. и ООО «ДОН Спорт»;

Приложение № 24:

- 24-1. Копия статьи «Есть смысл продолжить сотрудничество с «Кубком Кремля», опубликованная в журнале Теннис от «СЭ» №3 ноябрь 1997г.;
- 24-2. Копии статей из различных СМИ и сети Интернет о техническом спонсорстве компании «Рибок» в России (подборка статей за 2001-2005гг.);
- 24-3. Копия Договора о сотрудничестве №01072008 с ЗАО "Профессиональный футбольный клуб "ЦСКА";
- 24-4. Копия Отчета ПФК ЦСКА за период январь-март 2009 года об оказании компании рекламных услуг;
- 24-5. Копия Отчетов ПФК ЦСКА о проведении рекламной компании ООО «Адидас»;

Приложения № 25:

- 25-1. Копия статьи, размещенной на сайте Sostav.ru от 21.02.2002г. о бюджете компании «Рибок»;
- 25-2. Копия Договора №12/08/М-42 от 15.03.2009г. с ООО «КХЛ-Маркетинг» с копиями Приложений №1, 2, 3, 4, 5,6,7, к Договору №12/08/М-42 от 15.03.2009 г., с копиями счетов-фактур №22, 34, 36 за 2009г., с копиями актов об оказании услуг;
- 25-3. Копия Договора №04/07/2010-МД от 27 июля 2010 г. с ЗАО "Маркетинг Драйв";
- 25-4. Копии отчетов «Анализ коммуникаций брендов спортивной одежды и обуви», Анализ коммуникационной стратегии Reebok», исследования компании •»Gallup Mindex 2003г., Россия в соответствии с Дополнительным соглашением №4 к договору №Ком-043-А от 14.11.2003г.;

Приложение №26:

- 26-1. Копия статьи "Магазины держаться на трех лейблах", опубликованной 29.10.2004 г. в деловой газете eТатар.ру;
- 26-2. Копия статьи "Объем и структура рынка одежды", опубликованной в журнале "Модный magazine " №11(34)2005;

Приложение №27:

- 27-1. Копия статьи "Обзор рынка спортивных товаров 2006", маркетинговые исследования аналитическая справка агентства AVARUS Market Research за 2005 г.;
- 27-2. Копия статьи "Рынок спортивных товаров - один из самых "теневых" и быстрорастущих в России" от 13.12.2006 г.;
- 27-3. Копия статьи "Обзор российского рынка спортивных товаров", опубликованной в журнале Модный magazine" №9(43)2006 Е.Крупецкой МА STEP BY STEP;
- 27-4. Копия статьи "Обзор рынка спортивных товаров 2007", маркетинговые исследования 2007 г.;
- 27-5. Копия статьи "Обзор рынка спортивной одежды", опубликованной в журнале "Модный magazine"№96(52)2007 М. Цветкова, маркетолог-аналитик агентства SYMBOL-MARKETING;
- 27-6. Копия статьи "Конкурентная среда рынка обуви России", опубликованной в журнале "Кожа и обувь"№6(18) 27.12.2005 г.;

- 27-7. Копия статьи "Обзор российского рынка обуви: тенденции развития", опубликованной в журнале "Модный magazine" №9(54)2007;
- 27-8. Копия статьи "Меньше одежды", опубликованной в журнале "Профессиональные знания о финансовых рынках" 11.03.2010 г.;
- 27-9. Копии статей о выявлении таможенными органами контрафактной продукции, маркированной Товарным знаком Reebok;

Приложение №28:

- 28-1. Перечень розничных магазинов компании "Рибок Интернэшнл Лимитед" открытых по России за период с 2002 г. по октябрь 2010 г. включительно;
- 28-2. Копия статьи "Reebok: еще один прыжок заокеанской антилопы", опубликованной в ежедневной газете "Коммерсантъ" №036 от 01.03.94 г.;
- 28-3. Копия статьи "Второе рождение Reebok", Дарья Колесникова 09.03.2004 г.;
- 28-4. Копия статьи "Adidas Group объявила о своих планах в России", опубликованной в журнале "in Sports новости спортивной индустрии" 03.05.2007 г.;
- 28-5. Копия статьи "Как Adidas собирается покорять Россию продукцией Reebok", опубликованную в аналитическом деловом журнале SMARTMONEY №22 от 18.06.2007 г.;
- 28-6. Копия статьи "Adidas: стратегия роста", опубликованной в журнале "Новости торговли";
- 28-7. Копия статьи "Объем продаж Adidas и Reebok в России превысит 1 миллиард долларов", опубликованной на сайте www.vesti.ru от 20.05.2008 г.;

Приложение № 29.

- Отчет по исследованию признания товарного знака «Reebok» общеизвестным товарным знаком в РФ для товаров 25 класса МКТУ (спортивная одежда, спортивная обувь, головные уборы). Опрос проведен Аналитическим Центром Юрия Левады в период с 25 июня по 05 июля 2010 года.

Приложение №30.

- 30-1. Результаты исследования «ГФК-Русь»: какие бренды одежды и обуви известны в регионах 11.12.2006 г.;

- 30-2. Статья «Региональное проникновение брендов одежды и обуви», дата публикации: 13.12.2006г., ссылка на статью www.advertology.ru ;
- 30-3. Статья «Крупный счет» в журнале «Sales business/Продажи» №7 июль 2007г., автор Елена Крюкова;
- 30-4. Fashion- бренды идут в регионы, Журнал «Модный magazine» № 5 (40) 2006;

Приложение № 31.

- Маркетинговый отчет «Бренд Reebok в России» (взгляд на восприятие бренда в сравнении с конкурентами по рынку), подготовленного Компанией «Холл энд Патнерс», Москва 23 марта 2008 г.

Приложение № 32:

- Оригинал справки, заверенной уполномоченным лицом компании «Рибок Интернешнл Лимитед», подтверждающей достоверность представленной информации используемой в заявлении, а именно:
 - Импорт товаров на территорию России, маркированных Товарным знаком Reebok;
 - Каналы распространения рекламных сообщений за 2009-2010 гг.;
 - Объем рекламы ключевых рекламных изданий компании «Рибок» в 2009, 2010 (6 мес.) гг.;
 - Информация о площадях для наружной рекламы, арендованных компанией в 2009-2010г.;
 - Рабочий маркетинговый бюджет Компании по России 2007-2009 гг.;
 - Объем продаж товаров, маркированных товарным знаком Reebok, в России за 2007-2010гг.;
 - Среднегодовое количество потребителей и посетителей концептуальных магазинов Reebok за 2007-2010 гг.;

Изучив представленные заявителем материалы, экспертная комиссия считает возможным удовлетворить заявление от 01.06.2011.

Правовая база для рассмотрения заявления от 01.06.2011 включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883, пересмотренную в Брюсселе 14.12.1900, в Гааге 06.11.1925, в Лондоне 02.06.1934, в Лиссабоне 31.10.1958 и Стокгольме 14.07.1967 и измененную 02.10.1990 (далее – Парижская конвенция), четвертую часть Гражданского кодекса Российской Федерации, введенную в действие с

01.01.2008 Федеральным законом от 18.12.2006 № 231-ФЗ (далее – Кодекс) и Правила признания товарного знака общеизвестным в Российской Федерации, утвержденные Приказом Роспатента от 17.03.2000 № 38, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.05.2000 за № 2231 (далее – Правила ОИ).

В соответствии со статьей 6 bis (1) Парижской конвенции по определению компетентного органа страны регистрации или страны применения товарный знак может быть признан в этой стране общеизвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами данной конвенции.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1508 Кодекса по заявлению лица, считающего используемый им товарный знак общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации в соответствии с международным договором Российской Федерации, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности может быть признан общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если этот товарный знак в результате интенсивного использования стал на указанную в заявлении дату широко известен в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

Согласно пункту 2.2 Правил ОИ фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака, которые должно содержать заявление в соответствии с пунктом 2 Правил ОИ, могут быть представлены, например, следующими, содержащимися в соответствующих документах сведениями:

- об интенсивном использовании товарного знака на территории Российской Федерации;
- о странах, в которых товарный знак приобрел широкую известность;
- о произведенных затратах на рекламу товарного знака;
- о стоимости (ценности) товарного знака;
- о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака.

Регистрация товарного знака «Reebok» по заявке №96704102/50 с приоритетом от 03/04/1996 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 16.01.1998 за №160212 на имя

компании Рибок Интернешнл Лимитед, Англия, в отношении товаров 25 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Анализ фактических данных, содержащихся в заявлении от 01.06.2010, свидетельствует о следующем.

Заявителем является английская компания, история которой начинается в 1895 году, когда Джозеф Уильям Фостер сделал первые беговые кроссовки с шипами. Позднее, в 1958 году, двое его внуков учредили компанию «Рибок». На настоящий момент это одна из крупнейших и лидирующих мировых компаний по производству широкого ассортимента товаров, включающего спортивную одежду, обувь, головные уборы, спортивные сумки.

В 1979 году Пол Файерман, совладелец компании, занимающейся оптовой торговлей спортивными товарами купил у компании «Рибок» лицензию на право заниматься дистрибьюторской деятельностью на территории Северной Америки и в том же году представил в США три вида беговой обуви.

В 1981 году объем продаж Компании «Рибок» составил 1,5 миллионов долларов. Объем продаж Компании подскочил с 13 миллионов долларов в 1983 году до 307 миллионов долларов в 1985 году. К 1991 году объем продаж Компании достиг 2,7 миллиардов долларов.

Товарный знак «Reebok» является частью фирменного наименования заявителя – компании «Рибок Интернешнл Лимитед», что говорит о неразрывной связи товара с его производителем.

С целью приобретения узнаваемости товаров под указанным обозначением, компания «Рибок» выступает техническим спонсором мировых спортивных чемпионатов, олимпиад, спонсирует команды, спортивные лиги. Так, компания «Рибок» в 2000 году стала эксклюзивным поставщиком экипировки для Национальной Футбольной Лиги, а позднее стала разработчиком, производителем и продавцом экипировки для Национальной Баскетбольной Лиги (NBA), ее женского аналога WNBA, Национальной Хоккейной Лиги (NHL) и т.п., а в 2003 года начала сотрудничество с мировыми звездами хип-хоп и рэп музыки – Jay-Z, 50 Cent.

Компания «Рибок» проводит общемировые рекламные кампании производимой продукции с использованием всех средств массовой информации: на телевидении, радио, в кинотеатрах, в печатных СМИ, в качестве наружной рекламы, в сети Интернет. В кампании

привлекаются звезды мирового спорта: Аллен Айверсон, Яо Мин, МС Дони и Николь Вайдисова, всемирно известный футболист Тьерри Анри и хоккеист Александр Овечкин.

На российский рынок компания «Рибок» впервые пришла в 1991 году. В 1992 году на проходившей в мае в Москве выставке США-92 компания впервые представила коллекцию спортивной одежды и обуви. Компания «Рибок» начиная с 1992 года осуществляла техническое спонсорство Олимпийского комитета России на протяжении 10 лет. В мае 1993 года компания «Рибок» открывает первый фирменный магазин в Российской Федерации в городе Москве, и за первое полугодие объем его продаж составил около 10 млн. долларов. Позднее фирменный магазин был открыт и в Санкт-Петербурге.

Активные рекламные кампании, проводимые Заявителем на федеральных российских телевизионных каналах (Первый канал, Россия, НТВ, СТС и т.п.), обеспечили вхождение в TOP-100 и TOP-20 рекламодателей в России. Компания «Рибок» вошла в рейтинг любимых брендов россиян, заняв в 2009 году 17 позицию (2,1%) без относительности к категориям товаров, а в категории спортивных товаров заняла 3 позицию в рейтингах 2009 и 2010 годов.

Компания «Рибок» заключала договор на размещение рекламных материалов, на период проведения Открытого Чемпионата России по хоккею и Чемпионата Континентальной хоккейной лиги, проходивших в период с 01.09.2008 по 01.04.2009. Затраты на рекламу только за 6 месяцев действия договора составили без учета НДС 7 836 864 рублей.

Маркетинговый бюджет, выделенный на продвижение товаров Заявителя с 2007 по 2009 год составил более 7 млн. евро. На первую половину 2010 года на телевизионную рекламу пришлось 79% от общего объема рекламных выпусков, 12% на Интернет, 3% на печатную и 6% на городскую (наружную). На рекламу в печатных изданиях, среди которых крупные известные печатные издания – «Cosmopolitan», «Glamour», «Grazia» и т.п. в 2009 году было затрачено более одного миллиона долларов, а за первую половину 2010 года 957 381 доллар.

Для привлечения интереса российских потребителей к товарам компании «Рибок», Заявитель участвует в качестве спонсора при проведении различных спортивных мероприятий, более 10 лет сотрудничал с Олимпийским комитетом России, предоставлял свою продукцию для экипировки судей, спортсменов на турнире «Кубок Кремля», поддерживает Всероссийскую федерацию легкой атлетики. Помимо этого, компанией были

заключены спонсорские контракты с баскетбольным клубом «Урал-Грейт», с Российской Федерацией Баскетбола, с футбольным клубом «ЦСКА», обеспечивая, помимо формы, также и спортивный инвентарь. Также компания «Рибок» обеспечивает спонсорство таким российским спортсменам как Игорь Андреев (теннис), Александр Овечкин, Павел Дацюк (хоккей), Ирина Чачина (художественная гимнастика), Алексей Немов (спортивная гимнастика), Игорь Акинфеев (футбол) и другим. В экипировке, несущей на себе обозначение «Reebok» российские спортсмены ежегодно одерживают победы, как на международных, так и на национальных состязаниях, что обеспечивает повышенное внимание и спрос на товары Заявителя, что обуславливается телевизионными трансляциями этих состязаний и большой аудиторией зрителей.

На основании лицензионных договоров, зарегистрированных Роспатентом, правообладатель товарного знака по свидетельству №160212 предоставил Обществу с ограниченной ответственностью «АДИДАС», Москва (Лицензиат), исключительное право на использование товарных знаков, с целью осуществления ввоза на территорию Российской Федерации всех товаров, маркированных товарными знаками компании Рибок». Таким образом, на территории Российской Федерации интересы компании «Рибок» представляет ООО «АДИДАС».

За период с 2002 по 2010 годы Заявителем были открыты на территории Российской Федерации 188 монобрендовых магазинов, расположенных в Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону, Новосибирске, Уфе, Тюмени, Самаре, Казани, Челябинске, Саратове, Сочи, Волгограде, Пскове.

Помимо собственных магазинов, Лицензиатом (ООО «АДИДАС») заключены договоры с крупнейшими торговыми организациями, осуществляющими розничную торговлю спортивными товарами и экипировкой, а именно ООО «Интерспорт», ООО «Спортлэнд», ООО «Спортивный стиль», ООО «Сеть спортивных магазинов «Высшая Лига», ООО «Спортмастер», имеющими широкую сеть магазинов, расположенных в различных городах Российской Федерации (Москва, Подмосковье, Березники, Волгоград, Владимир, Воронеж, Екатеринбург, Ижевск, Казань, Калуга, Кемерово, Краснодар, Красноярск, Магнитогорск, Н. Новгород, Набережные Челны, Нижнекамск, Новосибирск, Санкт-Петербург, Орел, Оренбург, Ростов, Самара, Саратов, Саранск, Ставрополь, Сургут, Сыктывкар, Тольятти, Тула, Уфа, Челябинск, Ярославль и др.), что подтверждает

известность товаров и широкий, всероссийский географический охват рынка сбыта продукции.

Согласно представленным Заявителем данным, объем импортируемых в Российскую Федерацию товаров составил в 2007 году 38 814 000 млн. долларов США, в 2008 году 66 197 000 млн. долларов США, в 2009 году 61 193 067 млн. долларов США и за 2 месяца 2010 года 47 229 001 млн. долларов США.

Широкий географический охват рынка, активные рекламные кампании привели к увеличению посещаемости магазинов «Reebok», а также к увеличению объемов продаж продукции Заявителя: спортивной одежды и обуви, головных уборов. В частности, в 2007 году количество потребителей составляло 1,514,056 человека, а в 2010 году увеличилось до 7,897,862 человек. Таким образом, к 01.11.2010 объемы реализации продукции, выпущенной под товарным знаком «Reebok», растущий интерес потребителей к продукции компании «Рибок», однозначно показывают высокую степень его использования.

Аналитическим Центром Юрия Левады в период с 25.06.2010 по 05.07.2010 г. был проведен опрос общественного мнения среди 1503 человек в Москве, Санкт – Петербурге, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Новосибирске. По данным указанного социологического опроса абсолютное большинство респондентов (94%) правильно отождествляют знак «Reebok». как принадлежащий компании «Reebok International Ltd». Следует также отметить, что у участников социологического опроса товарный знак ассоциируется со спортивной одеждой (94 %), спортивной обувью (93%), головными уборами (51%). Товарный знак имеет высокий уровень ретроспективной известности среди потребителей России: 62% потребителей знак стал известен ранее 2000 года, в 2000-2004 годах с ним познакомились 19 % потребителей, в 2005-2006 – 13%, а в 2007-2008 – 5% и 1% в 2009-2010. Источником знания большинства потребителей России о существовании знака является непосредственный опыт – покупали сами (27%), увидели на людях (20%), видели в продаже (19%), покупали родственники, знакомые (13%), из рекламы (12%), слышали от родственников, знакомых (3%).

Указанный опрос свидетельствует об устойчивой ассоциативной связи в сознании потребителя между товарным знаком «Reebok» и компанией «Reebok International Ltd», а также производимыми ей спортивными товарами, спортивной одеждой, обувью, головными уборами.

Учитывая вышеизложенное, Экспертная комиссия считает представленные фактические данные убедительными доказательствами общеизвестности товарного знака по свидетельству №160212 на территории Российской Федерации в отношении товаров 25 класса МКТУ «спортивная обувь, спортивная одежда, головные уборы», с 01.11.2010.

Руководствуясь статьей 6 bis Парижской конвенцией, статьей 1508 Кодекса и Правилами ОИ, Экспертная комиссия решила:

удовлетворить заявление от 01.06.2011 и признать товарный знак по свидетельству №160212 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.11.2010 на имя компании «Рибок Интернешнл Лимитед», Англия, в отношении товаров 25 класса МКТУ «спортивная обувь, спортивная одежда, головные уборы».