


**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 изобразительного товарного



знака «» по свидетельству №124043 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 18 класса МКТУ «все виды спортивных сумок, ранцев, рюкзаков, сумок "через плечо", включенных в 18 класс», товаров 25 класса МКТУ «спортивная обувь и спортивная одежда, а именно рубашки, теплые хлопчатобумажные кофты, свитера, жакеты, шляпы, шапки, козырьки, носки, брюки, шорты, юбки, комбинезоны, гимнастические костюмы», с учетом дополнительных материалов, поступивших 27.12.2011.

Для подтверждения общеизвестности товарного знака по свидетельству №124043 заявителем представлены следующие материалы:

Приложение №1:

- Копия материалов из базы ФИПС «Товарные знаки и знаки обслуживания» о регистрации товарного знака по свидетельству №124043;

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:

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

Приложения № 4:

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

Приложение № 5:

- Копии материалов статьи "Самые дорогие бренды Олимпиады", размещенной в сети Интернет на сайте [http:// sportaso.info](http://sportaso.info);

Приложение № 6:

- Таблица, подтверждающая регистрации Товарного знака по всему миру;

Приложения №7:

- 7-1. Копии статей, подтверждающих спонсорские программы Компании.
- 7-2. Презентация компании "Рибок" - контрактные спортсмены;

Приложение № 8:

- Копии статей подтверждающих глобальные рекламные компании "Рибок Интернешнл Лимитед";

Приложение № 9:

- 9-1. Отчет за 2009 г. об объемах продаж компании "Рибок Интернешнл Лимитед", размещенный на сайте <http://adidas-group.corporate-publications.com> (перевод);

- 9-2. Стратегия компании "Рибок Интернешнл Лимитед", размещенный на сайте <http://adidas-group.corporate-publications.com> (перевод);

Приложение №10:

- 10-1. Копия учредительного документа, подтверждающего регистрацию компании в Российской Федерации.
- 10-2. Копия статьи "Nike, Reebok и Adidas: три волны атаки на массовое сознание россиян, опубликованной в сети Интернет на сайте sport-tovary.ru;

Приложение №11:

- 11-1. 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;
- 11-2. Копия статьи "Форма для чемпионов" опубликованной в журнале "Спецодежда & охрана труда" 2001(№4);
- 11-3. Копия статьи "Первенство России по спортивной гимнастике станет генеральной репетицией перед стартующим в ноябре в Венгрии чемпионатом мира", опубликованной на сайте РИА НОВОСГИ-СПОРТ 04.09.2002 г.;

Приложение №12:

- 12-1. Копия статьи Reebok: год в России Из астероида "Планета Reebok" превратилась в монстра, газета "Коммерсантъ" №85(553) от 12.05.1994 г.;
- 12-2. Копия статьи "Reebok-Россия": отмечен рост оборотов в три раза, газета "Коммерсантъ" №233(701) от 08.12.1994 г.);

Приложение № 13:

- 13-1. 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 18 и 25 классов;

РДОО33 152 от 26.02.2008 г. в отношении товаров 18 и 25 классов;

РД0052593 от 15.07.2009 г. в отношении товаров 18 и 25 классов;

РД0052594 от 15.07.2009 г. в отношении товаров 18 и 25 классов;

Приложение №14:

- 14-1. Копии страниц каталогов 2007г.; 2008г.; 2009 г, 2010 г.;
- 14-2. Копии Договоров по предварительному заказу: 2006 г., 2007 г.: 2008 г.; 2009 г, 2010 г.;

Приложение №15:

- Копия материалов о результатах рейтинга "Любимые бренды россиян", размещенных на сайте [www.top20brands.ru](http://www.top20brands.ru);

Приложение №16:

- 16-1. Копия материалов размещенных на сайте [Sostav.ru](http://Sostav.ru) - TNS Gallup AdFact опубликовала данные по ведущим рекламодателям за неделю (период: 16.0Н.2004 - 22.08.2004 г.) ТОП-20 рекламодателей;
- 16-2. Копия материалов размещенных на сайте РБК.Рейтинг TOP-100 рекламодателей в СМИ в сентябре 2005 г.;
- 16-3. Копия материалов размещенных на сайте Адвертолоджи "Крупнейшие рекламодатели в 2005 году" по оценкам Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР);
- 16-4. Копия статьи "Крупнейшие рекламодатели в I квартале 2006 года от 05.06.2006 г., Валерия Волохова, источник: сайт RBC daily;
- 16-5. Копия статьи "Крупнейшие рекламодатели в России (11 квартале 2006 года) от 08.08.2006 г., Валерия Волохова, источник: сайт [Sostav.ru](http://Sostav.ru);

Приложение №17:

- 17-1. Копия Договора о размещении рекламы от 18 января 2005 года с компанией ЗАО "КАРАТ Русс Медиа";
- 17-2. Копия Приложения №2008\_3\_R от 11.02.2008 г. о размещении рекламы бренда Reebok на телевидении (к Договору от 18.01.2005 г.);
- 17-3. Копия Приложения №2008\_4\_R от 05.03.2008 г. о размещении рекламы бренда Reebok на телевидении (к Договору от 18.01.2005 г.);

17-4. Копия исследований компании КОМКОН "Недельные аудитории национальных телеканалов Россия. I квартал 2007 г.";

Приложение №18:

18-1. 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.);

18-2. Копия Приложения №2009/4 R от 13.03.2009 г. о размещении рекламы бренда Reebok в печатных изданиях (к Договору от 18.01.2005 г.);

18-3. 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.);

18-4. Копии материалов, размещенных в сети Интернет: TOP продаж печатных изданий за 2009 г; Рейтинг печатных изданий. Top-50 Россия (Комкон); Рейтинг печатных изданий на основании исследования Premier-TGI;

18-5. Материалы, подтверждающие использование знака в рекламе в печатных изданиях;

Приложение №19:

- 19-1. Копия статьи, размещенной на сайте Sostav.ru "Овечкин "поднялся по ступеням" Reebok";

- 19-2. Презентации рекламных компаний "Рибок Интернешнл Лимитед":

EASYTONE Новый способ тренировки ягодиц, ZIGTECH Энергетик для ваших ног;

- 19-3. 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.);

- 19-4. 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.);

- 19-5. Материалы, подтверждающие использование знака в городской рекламе;

Приложения №20:

- 20-1. Копия Приложения №2009/2\_R от 18.01.2005 г. о размещении рекламы бренда Reebok на сайтах в сети Интернет;

- 20-2. Копия статьи "PRO Evolution Soccer 6 будет рекламировать Reebok" , от 17 октября 2006 г. размещенной на сайте www.ixbt.com Новости игровой индустрии;

- 20-3. Копия статьи "Виртуальный футбол с Reebok", размещенной в сети Интернет;

#### Приложения № 21:

21-1. Копии статьи "Есть смысл продолжить сотрудничество с "Кубком Кремля", опубликованная в журнале Теннис от "СЭ" №3 ноябрь 1997 г.

21-2. Копии статей из различных СМИ и сети Интернет о техническом спонсорстве компании "Рибок" в России (подборка статей за 2001-2005 гг.);

#### Приложение №17

- 21-3. Копия Договора о сотрудничестве №01072008 с ЗАО "Профессиональный футбольный клуб "ЦСКА";
- 21-4. Копия Отчета ПФК ЦСКА за период январь-март 2009 года об оказании компании рекламных услуг;
- 21-5. Копия Лицензионного договора №01072008Л с ЗАО "Профессиональный футбольный клуб "ЦСКА";

#### Приложения № 22:

- Копия Договора №04/07/2010-МД от 27 июля 2010 г. с ЗАО "Маркетинг Драйв";

#### Приложение №23:

- 23-1. Копия статьи "Магазины держаться на трех лейблах", опубликованной 29.10.2004 г. в деловой газете eТатар.ру;
- 23-2. Копия статьи "Объем и структура рынка одежды", опубликованной в журнале "Модный magazine " №11(34)2005;

#### Приложение №24:

- 24-1. Копия статьи "Обзор рынка спортивных товаров 2006", маркетинговые исследования аналитическая справка агентства ABARUS Market Research за 2005 г.;
- 24-2. Копия статьи "Рынок спортивных товаров - один из самых "теневых" и быстрорастущих в России" от 13.12.2006 г.;
- 24-3. Копия статьи "Обзор российского рынка спортивных товаров", опубликованной в журнале Модный magazine" №9(43)2006 Е.Крупецкой МА STEP BY STEP;

- 24-4. Копия статьи "Обзор рынка спортивных товаров 2007", маркетинговые исследования 2007 г.;
- 24-5. Копия статьи "Обзор рынка спортивной одежды", опубликованной в журнале "Модный magazine" №96(52)2007 М. Цветкова, маркетолог-аналитик агентства SYMBOL-MARKETING;
- 24-6. Копия статьи "Конкурентная среда рынка обуви России", опубликованной в журнале "Кожа и обувь" №6(18) 27.12.2005 г.;
- 24-7. Копия статьи "Обзор российского рынка обуви: тенденции развития", опубликованной в журнале "Модный magazine" №9(54)2007;
- 24-8. Копия статьи "Меньше одежды", опубликованной в журнале "Профессиональные знания о финансовых рынках" 11.03.2010 г.;
- 24-9. Копии статей о выявлении таможенными органами контрафактной продукции, маркированной Товарным знаком Reebok;

#### Приложение №25:

- 25-1. Перечень розничных магазинов компании "Рибок Интернэшнл Лимитед" открытых по России за период с 2002 г. по октябрь 2010 г. включительно;
- 25-2. Копия статьи "Reebok: еще один прыжок заокеанской антилопы", опубликованной в ежедневной газете "Коммерсантъ" №036 от 01.03.94 г.;
- 25-3. Копия статьи "Второе рождение Reebok", Дарья Колесникова 09.03.2004 г.;
- 25-4. Копия статьи "Adidas Group объявила о своих планах в России", опубликованной в журнале "in Sports новости спортивной индустрии" 03.05.2007 г.;
- 25-5. Копия статьи "Как Adidas собирается покорять Россию продукцией Reebok", опубликованную в аналитическом деловом журнале SMARTMONEY №22 от 18.06.2007 г.;
- 25-6. Копия статьи "Adidas: стратегия роста", опубликованной в журнале "Новости торговли";
- 25-7. Копия статьи "Хоккейная Мекка", опубликованной на сайте trendymen.ru 06.10.2008 г.;
- 25-8. 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 № 26.

Отчет по исследованию признания товарного знака общеизвестным товарным знаком в РФ для товаров 18 класса МКТУ (спортивные сумки), 25 класса МКТУ (одежда, обувь, головные уборы). Опрос проведен Аналитическим Центром Юрия Левады в период с 25 июня по 05 июля 2010 года.

#### Приложение №27

Оригинал справки, заверенной уполномоченным лицом компании "Рибок Интернешнл Лимитед", подтверждающей достоверность представленной информации, используемой в заявлении.

#### Приложение №28 (от 27.12.2011)

Качественные копии каталогов;

Диск с рекламными роликами;

Приложение к договору от 01.02.2007 о замене графики на витринах

Договор на изготовление рекламных материалов;

Договор на изготовление и монтаж рекламных конструкций.

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 изобразительного товарного знака «  » по заявке №93016840/50 с приоритетом от 21.04.1993 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 15.02.1995 за №124043 на имя компании Рибок Интернешнл Лимитед, Англия, в отношении товаров 18 и 25 классов 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 1890 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.



Впервые обозначение «» появилось в 1993 году, и используется наравне со словесным товарным знаком «Reebok», также принадлежащим Заявителю.

С целью приобретения узнаваемости товаров под указанным изобразительным 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 спортивной форме привлеченных лиц применяется товарный знак



На российский рынок компания «Рибок» впервые пришла в 1992 году, открыв первый фирменный магазин в Российской Федерации, 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.

Маркетинговый бюджет, выделенный на продвижение товаров Заявителя с 2008 по 2010 год составил более 16 млн. долларов США, так, 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 «» 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 №124043 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 реализованных в России товаров составил в 2008 году 5,574,755 штук, в 2009 году 5,328,689 и за 10 месяцев 2010 года 4, 692,032 штук, а консолидированная выручка составила 123, 425, 689 евро за 2008, 112,427,245 евро за 2009 и 130,789,415 евро за 2010 год. Доля товаров, маркированных




обозначением «  » составляет 73%, 75% и 78% от общего объема товаров компании «Рибок» за 2008, 2009 и 2010 годы.

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, сумок. 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 изобразительным товарным знаком, 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 59% потребителей знают знак «». Абсолютное большинство респондентов (90%) правильно отождествляют знак как принадлежащий компании «Reebok International Ltd». Следует также отметить, что у участников социологического опроса товарный знак ассоциируется со спортивной одеждой (92 %), спортивной обувью (85%), головными уборами (46%), спортивными сумками (53%) и рюкзаками (31%). 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 21 % потребителей, в 2005-2006 – 11%, а в 2007-2008 – 6% и 1% в 2009-2010. Источником знания большинства потребителей России о существовании знака является непосредственный опыт – покупали сами (22%), увидели на людях (21%), видели в продаже (20%), покупали родственники, знакомые (13%), из рекламы (13%), слышали от родственников, знакомых (3%).

Указанный опрос свидетельствует об устойчивой ассоциативной связи в сознании



потребителя между товарным знаком «» и компанией «Reebok International Ltd», а также производимыми ей спортивными товарами, спортивной одеждой, обувью, головными уборами, спортивными сумками и рюкзаками.

Учитывая вышеизложенное, Экспертная комиссия считает представленные фактические данные убедительными доказательствами общеизвестности товарного знака по свидетельству №124043 на территории Российской Федерации в отношении товаров 18 класса МКТУ «все виды спортивных сумок, ранцев, рюкзаков, сумок "через плечо", включенных в 18 класс», товаров 25 класса МКТУ «спортивная обувь и спортивная одежда, а именно рубашки, теплые хлопчатобумажные кофты, свитера, жакеты, шляпы, шапки, козырьки, носки, брюки, шорты, юбки, комбинезоны, гимнастические костюмы», 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 изобразительный товарный знак по свидетельству №124043 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.11.2010 на имя компании «Рибок Интернешнл Лимитед», Англия, в отношении товаров 18 класса МКТУ «все виды спортивных сумок, ранцев, рюкзаков, сумок "через плечо", включенных в 18 класс», товаров 25 класса МКТУ «спортивная обувь и спортивная одежда, а именно рубашки, теплые хлопчатобумажные кофты, свитера, жакеты, шляпы, шапки, козырьки, носки, брюки, шорты, юбки, комбинезоны, гимнастические костюмы».**