

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Экспертной комиссии о результатах рассмотрения заявления, поданного в Федеральную службу по интеллектуальной собственности

Экспертная комиссия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами признания товарного знака общеизвестным в Российской Федерации, утвержденными приказом Роспатента от 17.03.2000 за №38, зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 18.05.2000, регистрационный №2231, с изменениями, внесенными приказом Роспатента от 05.03.2004 №33, зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 09.03.2004, регистрационный №5663 (далее – Правила) на своем заседании, состоявшемся 24.04.2012, и с учетом дополнительных материалов, поступивших 02.07.2012, рассмотрела заявление от 06.02.2011, поданное компанией «adidas AG», Adi-Dassler-Strasse 1 91074 Herzogenaurach, Германия (далее – заявитель, компания «adidas AG») о признании изобразительного знака по международной регистрации №469145 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2009 в отношении товаров 18 класса МКТУ - спортивные сумки; 25 класса МКТУ - спортивная обувь, спортивная одежда.

Правовая охрана на территории Российской Федерации изобразительному знаку по международной регистрации №469145, зарегистрированному в Международном бюро ВОИС 03.04.1982, предоставлена на имя заявителя в отношении товаров 16, 18, 24, 25, 28 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации.

Знак по международной регистрации №469145 представляет собой изображение трилистника черного цвета, на котором горизонтально расположены три белые полосы (далее – трилистник).

В качестве подтверждения общеизвестности знака по международной регистрации №469145 в отношении товаров 18 класса МКТУ «спортивные сумки» и 25 класса МКТУ «спортивная обувь, спортивная одежда» заявителем представлены следующие документы:

- копия материалов из базы ФИПС «Товарные знаки Российской Федерации» о международной регистрации №469145 с переводом [1];
- электронный каталог на сайте заявителя <http://www.adidas.com/ru/homepage.asp> [2];
- финансовые показатели компании «adidas AG», размещенные на ее сайте (отчет 2008г) [3];
- копии статей, подтверждающих рост прибыли компании «adidas AG» [4];
- таблица, подтверждающая регистрации изобразительного знака по международной регистрации №469145 (трилистник) по всему миру [5];
- копии статей, подтверждающих глобальные рекламные компании, продвигающие изобразительный знак (трилистник), в том числе в России [6];
- история компании «adidas AG» [7];
- копии учредительных документов ООО «АДИДАС» [8];
- копия лицензионного соглашения между компанией «adidas AG» и «adidas International B.V.», зарегистрированного Роспатентом 18.08.1998 [9];
- копия лицензионного соглашения между компанией «adidas International B.V. и ООО «АДИДАС», зарегистрированного Роспатентом 18.08.1998 [10];
- копии контрактов на поставку товаров [11];
- копии страниц каталогов, журналов – примеры одновременного использования товарных знаков на товарах [12];
- копия с.6 раздела П.2. Выводы. Отчет по исследованию «Признание товарного знака «adidas» (IR487480) общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации» [13];
- копия с.8 раздела П.2. Выводы. Отчет по исследованию «Признание товарного знака по м.р. 469145 общеизвестным товарным знаком в РФ» [14];

- копии каталогов: Весна-Лето 1997; Осень/Зима 1997/98 Обувь/Текстиль; аксессуары: ADIDAS осень/зима 98-99; ADIDAS весна/лето 1998; ORIGINALS осень/зима 2003; ORIGINALS осень/зима 2004; ORIGINALS весна/лето 2004; ORIGINALS весна/лето 2005; ORIGINALS осень/зима 2005; ORIGINALS 06; Текстиль осень-зима 2007; ORIGINALS осень/зима 2009 [15];
- копия материалов ТОП-100 рекламодателей в СМИ в марте 2005, размещенных на сайте Sostav.ru [16];
- копия с.12 Отчета по исследованию «Признание товарного знака по м.р. 469145 общеизвестным товарным знаком в РФ» [17];
- ссылка на сайт <http://www.adme.ru/adidas-originals>, <http://yesway.ru/novyj-reklamnyj-rolik-adidas-originals-video.html>, где размещены рекламные видеоролики заявителя [18];
- копия агентского договора №КОМ-043-А от 14.11.2003 [19];
- копии статей, подтверждающих глобальные рекламные компании заявителя [20];
- копии рекламных материалов, публикуемых в СМИ за 2003-2008 [21];
- копия приложения №124 к договору №01-Д от 01.12.2006 на изготовление рекламных материалов для оформления витрины магазина Мега Дыбенко Originals [22];
- копия приложения №68 к договору №01-Д от 01.12.2006 на изготовление рекламных материалов [23];
- копия приложения №26 к договору №22/2006 от 20.04.2006 на изготовление каталога ФЭШН [24];
- копия приложения №29 к договору на изготовление нестандартной графики Originals в магазинах Олимп, ГУМ, Мега Юг, Петровка, Атриум [25];
- копия приложения №38 к договору на изготовление графики Originals [26];
- копия приложения №31 к договору на изготовление рекламных материалов:хедеров [27];
- копия приложения №45 к договору на изготовление рекламных материалов: постеров [28];

- копия приложения №64/3 к договору на изготовление рекламных материалов: графика [29];
- копия приложения №64/4 к договору на изготовление рекламных материалов: значки [30];
- копия приложения №133 к договору на изготовление рекламных материалов для оформления витрин магазинов [31];
- копия приложения №17 к договору на изготовление рекламных материалов для оформления витрин магазинов [32];
- копия приложения №32 к договору на размещение рекламной информации на троллейбусах г. Волгоград и Санкт-Петербурга [33];
- копия приложения №16 к договору на размещение постеров на рекламных конструкциях и транспорте в июле 2008 года [34];
- копия статьи «Лучший наш продавец Дэвид Бекхэм» [35];
- копия статьи «Магазины держатся на трех лейблах» [36];
- копия статьи «Обзор рынка спортивных товаров 2006» [37];
- копия статьи «Рынок спортивных товаров – один из самых «теневых» и быстрорастущих в России» [38];
- копия статьи «Обзор рынка спортивных товаров 2007» [39];
- копии статей о выявлении таможенными органами контрафактной продукции, маркированной знаком «трилистник» [40];
- копия статьи «Российский fashion-рынок сегодня» [41];
- копия статьи «Обзор рынка спортивной одежды» [42];
- копия статьи «Рынок спортивных товаров в России» [43];
- копия статьи «Неспортивная молодежь. Производители спорттоваров переходят на Life style» [44];
- копия интервью с Гербертом Хайнером «Лучший наш продавец – футболист Дэвид Бекхэм» [45];
- копия статьи «Модная экипировка или спортивная одежда» [46];
- копия статьи «Друзья из прошлого» [47];
- список розничных магазинов, в которых представлены товары Originals [48];

- копия статьи «Adidas Originals. Настоящий Ади Дасслер» [49];
- копия интервью председателя Совета директоров и CEO adidas Group Герберта Хайнера [50];
- копия статьи «Биполярный спортрынок» [51];
- копия интервью Герберта Хайнера [52];
- копия статьи «Региональное проникновение брендов одежды и обуви» [53];
- отчет по исследованию «Признание товарного знака по международной регистрации №469145 общеизвестным товарным знаком в РФ для товаров 18 класса МКТУ (спортивные сумки), 25 класса МКТУ (одежда, обувь, головные уборы), 28 класса МКТУ (мячи), проведенный 26 января-3 февраля 2010 года [54];
- оригинал справки, заверенной уполномоченным лицом компании «adidas AG», подтверждающая достоверность информации, используемой в заявлении [55].

В ответ на запрос, направленный заявителю 17.05.2012, им представлены дополнительные пояснения в подтверждение общеизвестности знака по международной регистрации №469145 с данными по финансовой отчетности, связанной с маркетинговыми и рекламными затратами заявителя.

Правовая база для рассмотрения заявления от 06.02.2011 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), Кодекс и упомянутые Правила.

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 настоящей 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 на основании его государственной регистрации, 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 фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака, могут быть представлены, например, следующими сведениями, содержащимися в соответствующих документах:

- 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.

Анализ документов, приложенных к заявлению о признании знака по международной регистрации №469145 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, показал следующее.

Заявителем является немецкая компания, которая начала свою деятельность с момента ее регистрации в 1949 году. На настоящий момент это одна из крупнейших и лидирующих мировых компаний по производству широкого ассортимента товаров, включая спортивную одежду, обувь, головные уборы, спортивное оборудование и инвентарь. Каждая новая коллекция заявителя насчитывает более чем 180 моделей обуви и 300 моделей текстиля. Более 170 филиалов, расположенных в разных странах мира, гарантируют присутствие продукции заявителя на мировых рынках.

Изображение трилистника, зарегистрированного в качестве товарного знака по международной регистрации №469145, было создано в августе 1971 года и утверждено как корпоративный знак компании «adidas AG». С этого момента это изображение использовалось на всей линейке продукции, а именно, на обуви, одежде, головных

уборах, а также на аксессуарах, включая профессиональную продукцию. Знак трилистник использовался на экипировке участников Олимпийских игр, начиная с 1972 года. К 2009 году знак трилистник превратился в один из самых сильных и ярких товарных знаков в мире. Этот знак охраняется практически во всех странах мира: Андорра, Объединенные Арабские Эмираты, Афганистан, Ангола, Албания, Аргентина, Австралия, Барбадос, Бангладеш, Болгария, Бахрейн, Боливия, Бруней, Бразилия, Коста-Рика и др. [5].

На протяжении многих лет все изделия, выпускаемые под знаком «adidas», делились на два направления: спортивная обувь и одежда и аксессуары. После того, как в результате изменений, произошедших в руководстве компании «adidas» в течение 2001-2002 годов, появились три подразделения: «adidas Sport Perfomance», «adidas Sport Originals» и «adidas Sport Style», знак трилистник по международной регистрации №469145 использует для своих товаров только подразделение «adidas Sport Originals».

С целью приобретения узнаваемости своих товаров компания «adidas AG» проводит глобальные рекламные мероприятия, в том числе на телевидении, в кинотеатрах, в печатных СМИ, в качестве наружной рекламы [6].

Интенсивная рекламная политика привела к увеличению продаж спортивных товаров заявителя. Согласно представленным сведениям [55] рост прибыли компании «adidas AG» с 1999 года по 2008 год составил 50% и возрос с 5.354 млрд. евро до 10,799 млрд. евро.

В Россию компания «adidas AG» пришла более 20 лет назад. Все началось с сотрудничества со сборной СССР во время Олимпийских игр 1972 года, когда решался вопрос об экипировке сборной команды.

В 1992 году в Москве открылось представительство компании «adidas AG», главной задачей которого стало активное продвижение товаров заявителя на российском рынке. В том же году было создано АОЗТ «Адидас-Москва.Ltd», которое в 1996 году было реорганизовано в ЗАО «Адидас-Москва.Ltd», а затем в ООО «АДИДАС» [8].

В Роспатенте 18.08.1998 был зарегистрирован лицензионный договор между заявителем и его дочерней компанией «adidas International B.V.» на использование знака по международной регистрации №469146 [9]. Одновременно компания «adidas International B.V.» предоставила сублицензию на использование знака по международной регистрации №469146 ЗАО «Адидас-Москва.Ltd» (затем ООО «АДИДАС») [10].

Таким образом, на территории Российской Федерации ООО «АДИДАС» предоставлено исключительное право на использование знака по международной регистрации №469145, включая производство, продвижение и реализацию товаров, маркированных этим знаком.

На 01.01.2009 в Российской Федерации было открыто 386 магазинов почти во всех регионах и крупных городах, через которые происходит реализация товаров, маркированных, в том числе, знаком трилистник по международной регистрации №469145, что подтверждает широкий географический охват рынка сбыта продукции [46] – [49].

Для продвижения товаров, маркированных, в том числе знаком трилистник, на территории Российской Федерации заявитель проводит активные рекламные акции, используя все каналы распространения: телевизионную рекламу, рекламу на транспорте, рекламу в СМИ, наружную рекламу, что подтверждается представленными материалами [19] - [34].

Подтверждением интенсивного использования на территории Российской Федерации знака по международной регистрации №469145 в отношении спортивных сумок, спортивной одежды и обуви являются представленные контракты [11] на поставку товаров, а также данные, предоставленные заявителем [55], касающиеся импорта товаров в Россию, каталоги продукции [15].

Согласно маркетинговой политике заявителя обозначение трилистник может использоваться как отдельно, так и совместно со словесным знаком «adidas», при этом и тот и другой знаки могут использоваться совместно на одном и том же товаре или в рекламе. Такой подход позволяет укрепить связь знаков с производителем в лице

компании «adidas AG». Вместе с тем, исходя из существующей стратегии развития компании, в целом расходы на маркетинг и рекламу распределяются пропорционально объемам продаж.

Широкий географический охват рынка, а также активная рекламная политика привели к увеличению объемов продаж спортивной одежды и обуви, спортивных сумок под знаком трилистник. В 2004 году суммарный объем продаж указанных товаров под знаком трилистник на территории России составил 20265 тыс. долларов США, а к началу 2009 года этот объем достиг 151678 тыс. долларов США. Таким образом, к 01.01.2009 объемы реализации продукции, маркированной знаком трилистник, однозначно показывают высокую степень его использования.

Для продвижения в России товаров под знаком трилистник в 2004 году заявитель затратил 936 тыс. долларов США, а к 2009 году маркетинговый бюджет уже составил 5474 тыс. долларов США.

Резюмируя изложенное, можно сделать вывод о том, что на 01.01.2009 продукция заявителя – спортивные сумки, спортивная одежда и обувь, маркированная знаком трилистник, получила широкую известность среди российского потребителя, что подтверждается результатами исследования, проведенного Аналитическим центром Юрия Левады с 26 января по 03 февраля 2010 [54].

Результаты исследования показали, что известность знака трилистник по международной регистрации №469145 в России составляет 83%, при этом в сознании подавляющего большинства (94%) российских потребителей знак трилистник связывается с одеждой, обувью, головными уборами, а 46 % - со спортивными сумками.

Подавляющее большинство (97%) тех, кому известен знак трилистник по международной регистрации №469145, использующийся для маркировки товаров 18 класса МКТУ (спортивные сумки) и товаров 25 класса МКТУ (спортивная одежда и обувь) впервые узнали о товарах, маркированных этим знаком, до 2009 года. Подавляющее большинство (84%) тех, кто когда-либо покупал товары под этим знаком, впервые сделали это в 2008 году или ранее.

98% из тех, кто смог назвать владельца знака трилистник по международной регистрации №469145, уверенно назвали компанию «adidas AG».

Таким образом, результаты исследования свидетельствуют об устойчивой ассоциативной связи в сознании потребителя между знаком трилистник по международной регистрации №469145 и компанией «adidas AG» в отношении товаров 18 класса МКТУ (спортивные сумки) и 25 класса МКТУ (одежда, обувь, головные уборы).

Таким образом, Экспертная комиссия считает представленные фактические данные убедительным доказательством общеизвестности знака трилистник по международной регистрации №469145 на 01.01.2009 в отношении товаров 18 класса МКТУ «спортивные сумки» и 25 класса МКТУ «спортивная обувь, спортивная одежда» на имя компании «adidas AG».

Учитывая вышеизложенное, Экспертная комиссия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить заявление от 06.02.2011 и признать с 01.01.2009 знак по международной регистрации №469145 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении товаров 18 класса МКТУ «спортивные сумки» и 25 класса МКТУ «спортивная обувь, спортивная одежда» на имя компании «adidas AG».