

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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

Экспертная комиссия на заседании, состоявшемся 14.08.2013, рассмотрела заявление от 18.01.2013 о признании товарного знака по свидетельству № 325536 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.06.2012 в отношении услуг 41 класса МКТУ «организация спортивных состязаний» на имя Закрытого акционерного общества «Футбольный клуб «Зенит», Санкт-Петербург (далее – заявитель).

Товарный знак по свидетельству № 325536 является комбинированным обозначением. Данный знак представляет собой спортивную эмблему, состоящую из изображения разорванного кольца синего цвета с помещенными в него по дуге словесными элементами «ФУТБОЛЬНЫЙ КЛУБ» и «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ», выполненными стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита белого цвета, и увенчанного сверху стилизованным изображением флюгера Адмиралтейства в виде кораблика синего цвета. В центре указанной композиции помещены стилизованное изображение синей стрелки со словесным элементом «ЗЕНИТ», выполненным оригинальным шрифтом буквами русского алфавита синего цвета, и стилизованное изображение футбольного мяча в синем и белом цветовом сочетании.

Словесные элементы «ФУТБОЛЬНЫЙ КЛУБ» и «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» включены в товарный знак как неохраняемые элементы.

Для подтверждения общеизвестности товарного знака по свидетельству № 325536 заявителем были представлены вместе с заявлением, а также с корреспонденцией от 10.06.2013 следующие документы:

- копия свидетельства на товарный знак и распечатка сведений о регистрации данного товарного знака [1];

- книга «Летопись Футбольного Клуба «Зенит» и брошюра, посвященная 85-летию этого клуба [2];
- распечатка сведений с официального интернет-сайта Российского футбольного союза [3];
- сведения о наградах и титулах Футбольного клуба «Зенит» [4];
- сведения о матчах Футбольного клуба «Зенит» в 2001 – 2011 гг. [5];
- эфирные справки ОАО «НТВ – ПЛЮС» о трансляциях матчей Футбольного клуба «Зенит» на телеканалах [6];
- справки о принадлежности заявителю доменов «fc-zenit.ru», «zenitds.ru» и «зенит.рф» [7];
- перечень клубных СМИ и первый выпуск журнала «Наш Зенит» [8];
- публикации статей о Футбольном клубе «Зенит» в различных СМИ в 2010 – 2012 гг. [9];
- сведения о теле- и радиотрансляциях матчей Футбольного клуба «Зенит» [10];
- сведения о наружной рекламе заявителя в 2010 – 2011 гг. [11];
- сведения о рекламе сети фирменных розничных магазинов заявителя [12];
- перечень сувенирной продукции заявителя и сведения об объемах ее реализации в фирменных магазинах в 2009 – 2011 гг. [13];
- сведения о социально-благотворительных программах заявителя [14];
- сведения о фан-движении, СМИ, интернет-проектах и медиа-продуктах заявителя [15];
- результаты социологических опросов «Sport+Markt», «ФОМнибус» и «Эй Си Нильсен» в 2008 – 2011 гг. [16];
- отчет ВЦИОМ по результатам социологического опроса потребителей об известности товарного знака [17];
- Регламент Чемпионата России по футболу среди команд клубов Премьер-Лиги [18];
- письмо Президента Некоммерческого партнерства «Российская Футбольная Премьер-Лига» С.Г. Прядкина [19];

- сведения о проведении заявителем «домашних» матчей на стадионе «Петровский» в 2011 – 2013 гг. [20];

- копия договора аренды центральной спортивной арены и тренировочно-спортивного комплекса стадиона «Петровский» [21];

- копия агентского договора на оказание охранных услуг [22];

- копия договора об обеспечении пожарной безопасности [23];

- копия договора об оказании услуг скорой медицинской помощи [24];

- копия договора на размещение мобильных торговых точек [25];

- копия договора на распространение билетов [26];

- приказы об установлении стоимости билетов [27];

- официальные программки Футбольного клуба «Зенит» к «домашним» матчам и входные билеты на матчи на стадионе «Петровский» [28].

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты его подачи, включает в себя 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 Федеральным законом от 18.12.2006 № 231-ФЗ (далее – Кодекс), 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, с изменениями и дополнениями, внесенными приказом Роспатента от 05.03.2004 № 33 (далее – Правила 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 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 известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

В соответствии с пунктом 2.2 Правил ОИ фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака, которые должны содержаться в заявлении согласно пункту 2.5 Правил, 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.

При анализе комбинированного товарного знака по свидетельству № 325536 на предмет возможности признания его с 01.06.2012 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении услуг 41 класса МКТУ «организация спортивных состязаний» Экспертной комиссией было установлено следующее.

Указанный товарный знак был зарегистрирован 02.05.2007 по заявке № 2005723255 с приоритетом от 14.09.2005 на имя заявителя. Правовая охрана данному товарному знаку была предоставлена, в частности, в отношении услуг 41 класса МКТУ «организация спортивных состязаний», для которых испрашивается признание товарного знака общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком.

Из документов [2 – 5] следует, что принадлежащая заявителю футбольная команда «Зенит», ведущая свою историю с 1925 года, принимала участие в официальных турнирах Чемпионата СССР и Кубка СССР, а затем – Чемпионата России и Кубка России, по результатам которых Футбольный клуб «Зенит» имеет ряд наград и титулов. Кроме того, его команда неоднократно участвовала также и в

международных турнирах Лиги чемпионов УЕФА и Кубка УЕФА (позднее – Лиги Европы УЕФА). Футбольный клуб «Зенит» является обладателем Кубка УЕФА в сезоне 2007 – 2008 гг. и Суперкубка УЕФА 2008 года.

Эмблема данного клуба несколько раз видоизменялась, но уже с 1940 года в качестве основного индивидуализирующего ее элемента использовалось слово «ЗЕНИТ», выполненное оригинальным прописным шрифтом и вписанное в стилизованное изображение стрелки, образованной из двух соприкасающихся концами линий. С 1989 года к указанной «зенитовской стрелке» были добавлены стилизованные изображения футбольного мяча и флюгера Адмиралтейства в виде кораблика и выполненные по кругу словесные элементы «ФУТБОЛЬНЫЙ КЛУБ» и «ЛЕНИНГРАДСКИЙ». Слово «ЛЕНИНГРАДСКИЙ» в эмблеме впоследствии было заменено на слово «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ», а затем – «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ». Эмблема Футбольного клуба «Зенит» приняла современный вид в 1998 году и была зарегистрирована в качестве товарного знака по свидетельству № 325536.

Указанная эмблема, как правило, наносилась на спортивную форму игроков команды Футбольного клуба «Зенит», на информационное табло счета матча и на иные конструкции (щиты) стадиона «Петровский» в Санкт-Петербурге, на котором проводятся «домашние» матчи данной команды, а также на соответствующие официальные программки и входные билеты на эти матчи [28].

Трансляции матчей с участием команды Футбольного клуба «Зенит» осуществлялись, в частности, на телеканалах «НТВ – ПЛЮС», «Россия 2» и «100 ТВ» [6], [10]. Проводились и радиотрансляции матчей, в частности, на «Русском Радио», «Радио DFM», «Радио MAXIMUM», «Радио Monte-Carlo» и «Радио Питер ФМ» [10].

Информация об указанных матчах, команде и деятельности заявителя размещалась как в клубных СМИ, например, в газете «Наш Зенит» (вкладка в «Спорт-Экспресс»), журнале «Наш Зенит» и программках к матчам [8], [15], [28], так и в различных независимых федеральных печатных и электронных периодических изданиях, например, «Советский Спорт», «Спорт-Экспресс», «Спорт День За Днем», «Чемпионат.com», «Sportbox.Ru» и др. [9].

Принадлежащий заявителю сегмент Интернета определяется доменами «fc-zenit.ru», «zenitds.ru» и «зенит.рф» [7].

Активная рекламная кампания заявителя в 2009 – 2011 гг. заключалась, в частности, в размещении его наружной рекламы (щитов) на улицах Санкт-Петербурга и в публикациях в СМИ рекламы принадлежащих ему фирменных розничных магазинов [11], [12]. Сувенирная продукция и клубная атрибутика реализовывались в сети данных магазинов [13]. Заявитель участвовал также в ряде социально-благотворительных программ [14].

Согласно ежегодному рейтингу самых ценных мировых спортивных брендов, публикуемому британской компанией «Brand Finance», Футбольный клуб «Зенит» в 2012 году был признан самым дорогим спортивным брендом в России. Так, стоимость бренда заявителя была оценена британскими аналитиками в 56 миллионов долларов США. При этом рыночная стоимость (реальная и актуальная) по оценкам экспертов составила 524 миллиона долларов США [9].

Социологические опросы, проведенные компаниями «Sport+Markt», «ФОМнибус» и «Эй Си Нильсен» в 2008 – 2011 гг. [16], показали, что Футбольный клуб «Зенит» не только известен за рубежом, но и входит в число наиболее популярных футбольных клубов Европы («Топ 20»), а также является одним из самых популярных футбольных клубов в России. Причем его популярность в России, благодаря успешным выступлениям команды из Санкт-Петербурга в международных турнирах, в частности, победам в Кубке УЕФА в сезоне 2007 – 2008 гг. и в матче за Суперкубок УЕФА 2008 года, и трансляциям данных матчей на федеральных телеканалах, уже не ограничивается только пределами Санкт-Петербурга и Ленинградской области, но распространилась и на другие регионы России.

Из социологического отчета ВЦИОМ [17] следует, что почти три четверти опрошенных (74,2%) ассоциируют слово «ЗЕНИТ» именно с футболом и футбольным клубом, а товарный знак по свидетельству № 325536 знаком 94,5% от общего количества опрошенных, то есть абсолютному большинству респондентов.

Почти половина из них (48,9%) узнали данный знак более 10 лет назад, либо так давно, что точно не помнят, когда именно. Кроме того, узнали знак 6-10 лет назад (в 2002 – 2006 гг.) – 19,7%, 4-5 лет назад (в 2007 – 2008 гг.) – 17,1%, 2-3 года назад (в 2009 – 2010 гг.) – 7,8%.

Мнения об использовании рассматриваемого товарного знака именно в области спорта высказали большинство опрошенных (71,7%), а при ответе на закрытый вопрос (с предложенными вариантами ответов) подавляющее большинство респондентов (87,6%) отметили, что данный знак применяется для организации спортивных состязаний.

Почти половина ответивших респондентов (48,4%) правообладателем тестируемого товарного знака правильно назвали заявителя, а 15,6% опрошенных ошибочно указали на компанию «Газпром», которая на протяжении ряда лет является спонсором Футбольного клуба «Зенит». Вместе с тем, при ответе на тот же вопрос в закрытой форме (с предложенными вариантами ответов) заявителя назвали 89% опрошенных.

Большинство опрошенных (82%) показали в той или иной степени осведомленность о деятельности заявителя, причем наиболее популярными ответами были упоминания о победах его команды, а 62,4% респондентов так или иначе интересуются деятельностью заявителя.

Абсолютное большинство респондентов (96,2%) знают, что Футбольный клуб «Зенит» представляет город Санкт-Петербург.

Исходя из приведенных выше сведений о деятельности Футбольного клуба «Зенит» и соответствующих результатов социологических опросов, коллегия Палаты по патентным спорам пришла к выводу о наличии среди российских потребителей широкой известности в отношении заявителя и его спортивной эмблемы, зарегистрированной в качестве товарного знака по свидетельству № 325536.

Данная эмблема применялась заявителем, в частности, при организации им всех «домашних» матчей его команды на стадионе «Петровский» в Санкт-Петербурге [20], в том числе и матчей Чемпионата России по футболу среди команд

клубов Премьер-Лиги в соответствии с регламентом этого турнира [18] (далее – Регламент).

Следует отметить, что непосредственную организацию матчей Чемпионата России, согласно пункту 3.2 Регламента, осуществляют принимающие клубы.

В соответствии с пунктом 7.5 Регламента клубы-участники Чемпионата России являются непосредственными организаторами матчей, проводимых на своем поле («домашних»), в том числе с правом выпуска и реализации входных билетов, абонементов (являющихся бланками строгой отчетности установленной формы) на указанные матчи, и несут ответственность за необеспечение и/или ненадлежащее обеспечение условий проведения матчей и трансляции в соответствии с настоящим Регламентом.

Так, например, были представлены договор [26], согласно которому распространение соответствующих входных билетов осуществляется ООО «Арена-Маркет» по поручению заявителя и под его контролем, и приказы заявителя об установлении стоимости таких билетов [27]. К каждому «домашнему» матчу, наряду с входными билетами, выпускаются официальные программки заявителя [28].

Договор [21] указывает на то, что для организации и проведения данных «домашних» матчей заявителем арендуется центральная спортивная арена и тренировочно-спортивный комплекс стадиона «Петровский» в Санкт-Петербурге.

В соответствии с пунктом 7.6 Регламента принимающий клуб обязан, в частности, предоставить команде гостей футбольное поле с необходимым оборудованием и футбольные мячи для тренировки, комфортабельный автобус для проезда команды от вокзала или аэропорта в гостиницу и обратно, а в дни тренировок и матча – из гостиницы на стадион и обратно, обеспечить ее тренерский состав и технический персонал аккредитациями для перемещения по территории стадиона.

Судье, его помощникам, резервному судье, делегату, инспектору и комиссару матча принимающий клуб также предоставляет комфортабельный автотранспорт для их доставки в гостиницу, на стадион, вокзал или аэропорт, обеспечивает их

сопровождение охранниками, предоставляет им срочную телефонную и факсимильную связь и доступ к сети Интернет.

Принимающий клуб исключает присутствие посторонних лиц в судейских комнатах и в раздевалках команд, обеспечивает в сотрудничестве с органами правопорядка и администрацией стадиона общественный порядок и безопасность всех зрителей и участников матча.

Так, например, обеспечение охраны общественного порядка и организации контрольно-пропускного режима во время проведения «домашних» матчей осуществляется по поручению заявителя, в соответствии с агентским договором [22], ООО «Группа предприятий безопасности «СТАФ-АЛЬЯНС».

Принимающий клуб предоставляет для проведения матча футбольные мячи, юных футболистов для подачи мячей, обеспечивает наличие и работоспособность на стадионе информационного табло, предоставляет аккредитованным фотокорреспондентам пронумерованные накидки, размещает на поле баннер титульного спонсора чемпионата и обеспечивает обслуживание матча распорядителями (стюардами), а также обеспечивает всех участников матча прохладительными напитками, кофе и чаем.

Так, например, заявителем предоставляется ООО «Московские ворота» право размещения мобильных торговых точек в соответствующих местах для оказания услуг общественного питания и розничной торговли в дни проведения матчей [25].

На стадионе во время матча принимающий клуб обеспечивает наличие машин скорой медицинской помощи с медицинским персоналом, в том числе реанимобиля со всем необходимым оборудованием, и пожарной машины со средствами пожаротушения и боевым расчетом, а также обслуживающего персонала на эвакуационной машине или с носилками.

Так, например, оказание соответствующих услуг заявителю по обеспечению пожарной безопасности осуществляется по договору [23] Санкт-Петербургским городским отделением Общероссийской общественной организации «Всероссийское добровольное пожарное общество», а оказание соответствующих

услуг скорой медицинской помощи осуществляется по договору [24] ООО «Международный медицинский центр «СОГАЗ».

Официальным письмом Президента Некоммерческого партнерства «Российская Футбольная Премьер-Лига» С.Г. Прядкина [19] также подтверждается то, что заявитель, в соответствии с вышеуказанными положениями Регламента, является непосредственным организатором матчей, проводимых на «домашнем поле» (на стадионе «Петровский», Санкт-Петербург).

Принимая во внимание указанные выше фактические обстоятельства, Экспертная комиссия пришла к выводу об общеизвестности товарного знака по свидетельству № 325536 на территории Российской Федерации в отношении услуг 41 класса МКТУ «организация спортивных состязаний».

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

удовлетворить заявление от 18.01.2013 и признать товарный знак по свидетельству № 325536 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.06.2012 в отношении услуг 41 класса МКТУ «организация спортивных состязаний» на имя ЗАО «Футбольный клуб «Зенит».