

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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

Экспертная комиссия рассмотрела заявление, поступившее 22.10.2012, о признании товарного знака «ELLE» по свидетельству № 83647 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.09.2007 на имя компании Ашет Филиппачи Пресс С.А., Франция (далее – заявитель), в отношении товаров 16 класса МКТУ «печатные материалы, периодические издания, журналы».

Товарный знак по свидетельству № 83647 является словесным и представляет собой слово «ELLE», выполненное жирным шрифтом буквами латинского алфавита.

Для подтверждения общеизвестности товарного знака «ELLE» по свидетельству № 83647 заявителем были представлены следующие документы:

- данные о доходах от изданий «ELLE» по всему миру с переводом на русский язык, на 2 л. [1];
- копия издания «Самые могущественные бренды мира», 1996 год, с переводом на русский язык - на 3 л. [2];
- решение от 11.10.2010 по результатам рассмотрения возражения во Франции (часть) с переводом на русский язык, на 11 л. [3];
- данные, подтверждающие признание знака «ELLE» широко известным в Индонезии в 1996 году, с частичным переводом на русский язык, на 2 л. [4];
- данные, подтверждающие признание знака «ELLE» широко известным в Южной Корее в 1997, 2000, 2003, 2004, 2006, 2007 годах, с частичным переводом на русский язык, на 51 л. [5];
- данные, подтверждающие признание знака «ELLE» широко известным в Японии в 1996, 2000, 2001, 2005, 2007 годах, с частичным переводом на русский язык, на 32л. [6];
- копия страниц журнала «ELLE» за апрель-май 1996 года, на 6 л. [7];

- копия страниц журнала «ELLE» за весну 2003 года, на 3 л. [8];
- копия страниц журнала «ELLE декор» за апрель 2001 года, на 3 л. [9];
- копия страниц журнала «ELLE DELUXE» за осень-зиму 2006/2007, на 6 л. [10];
- данные об открытии подписки на журнал «ELLE TOPMODEL» июль-декабрь 1998 года в журнале Premier, на 2 л. [11];
- данные об открытии подписки на журнал «ELLE» на июль-декабрь 1998 года в журнале «Счастливые родители» за март 1998 года, на 4 л. [12];
- данные о положении на рынке журнала «ELLE» с частичным переводом на русский язык, на 24 л. [13];
- данные о распространении и доходах от журнала «ELLE» в ряде стран с переводом на русский язык, на 12 л. [14];
- данные о положении на рынке журнала «ELLE Girl» с частичным переводом на русский язык, на 4 л. [15];
- данные о распространении и доходах от журнала «ELLE GIRL» в ряде стран с частичным переводом на русский язык, на 8 л. [16];
- данные о распространении и доходах от журнала «ELLE ДЕКОР» в ряде стран с частичным переводом на русский язык, на 12 л. [17];
- копии страниц журналов «ELLE» за 2004 - 2006 годы, на 58 л. [18];
- копии страниц журналов «ELLE» бизнес за 2004 - 2006 годы, на 8 л. [19];
- данные о затратах на рекламу изданий «ELLE» в России с 2005 - 2006 годах, с переводом на русский язык, на 2 л. [20];
- данные из сторонних источников об охвате и аудитории «Русского радио», на 44 л. + 2 л. [21];
- данные из сторонних источников об охвате и аудитории радио «Серебряный Дождь», на 2 л. [22];
- данные из сторонних источников об охвате и аудитории «Love радио», 2 л. [23];
- данные о потоке пассажиров аэропорта «Пулково» в 2006 году, на 6 л. [24];

- распечатка ресурса Internet Archive Wayback Machine о истории изменений сайта www.elle.ru, на 2 л. [25];
- данные издателя о пресс-релизе с апреля по октябрь 2006 года на сайте 10years.elle.ru, на 1 л. [26];
- распечатка с сайта 10years.elle.ru от 19.06.2006 о промо-акции, на 8 л. [27];
- данные о содержании сайта «HEARST-SHKULEV media» в апреле 2006 года, на 15 л. [28];
- распечатка ресурса Internet Archive Wayback Machine о содержании сайта www.elle.ru на 10 декабря 2006 года, на 4 л. [29];
- данные правообладателя о количестве посещений сайта www.elle.ru в начале и в конце 2007 года, с переводом на русский язык, на 2 л. [30];
- распечатка с сайта www.fashiondigest.ru, на 4 л. [31];
- данные о доходах от лицензирования знака для использования его на товарах, не являющихся периодическими изданиями, с переводом на русский язык, на 2л. [32];
- путеводитель по лицензированию бренда «ELLE» с частичным переводом на русский язык, на 12 л. [33];
- копия страниц журнала «Psychologies» за декабрь 2005- январь 2006 года, на л. [34];
- распечатка с сайта www.media-online.ru новостей от 10 августа 2007 года, на 3л. [35];
- распечатка с сайта www.fashionista.ru, на 5 л. [36];
- копия свидетельства на товарный знак № 83647, на 4 л. [37];
- заключение Института социологии РАН по результатам социологического опроса об уровне известности товарного знака «ELLE» по свидетельству № 83647. на 17 л. [38];
- данные об изменении наименования издателя в 2011 году, на 3 л. [39];
- публикации в журнале «ELLE», август 2004 г., май 2005 г., на 5 л. [40];

- договор б/н на оказание услуг по размещению рекламы в эфире радиостанции «Европа Плюс» от 13 июля 2007 года между ЗАО «МЕДИА ПЛЮС» и ООО «Издательский Дом «АФС», на 5 л. [41];
- агентское соглашение от 22 ноября 2005 года между ООО «Старком» и ООО «Издательский Дом «АФС», на 11 л. [42];
- договор на размещение рекламы № 18КС-273/05 от 2 февраля 2005 года между ЗАО «Сеть телевизионных станций» и ООО «Издательский Дом «АФС» с приложениями, на 87 л. [43];
- данные Google Analytics в отношении сайта vwww.elle.ru. на 1 л. [44];
- договор № 4-М-11.05.-99 от 10 ноября 2005 года между ООО «Издательский дом «СОБАКА» и ООО «Издательский дом «АФС», на 5 л. [45];
- договор № Б-Р54/АР от 16 февраля 2005 года между ООО «Издательский дом «АФС» и ООО «Издательский Дом «ОВА-ПРЕСС», на 9 л. [46];
- договор № MS 248 NO от 31 января 2005 года между ООО «Ньюс Аутдор» и ООО «Издательский Дом «АФС», на 12 л. [47];
- договор № MS 275 NO от 17 февраля 2005 года между ООО «Ньюс Аутдор» и ООО «Издательский Дом «АФС», на 11 л. [48];
- договор № 01/09 от 22 сентября 2005 года между ООО «Виктранс» и ООО «ИД «АФС», на 5 л. [49];
- агентский договор № 25 от 1 августа 2005 года между ООО «РИА «Сибирь-Медиа» и ООО «Издательский Дом «АФС», на 6 л. [50];
- агентский договор № ДК066-А от 18 января 2006 года между ООО «Издательский Дом «АФС» и ЗАО «Два Креатив Лтд», на 12 л. [51];
- соглашение о проведении рекламной кампании от 01 марта 2005 года между ООО «Агентством Артефакт Коммюникейшнз» и ООО «Издательский Дом «АФС», на 3 л. [52];
- договор б/н возмездного оказания услуг от 5 июня 2006 года между ООО «Столичная торговая компания» и ООО «Издательский Дом «АФС», на 6 л. [53];
- договор № 0111/06 от 15 февраля 2006 года между ООО «ТЛ Промоушен» и ООО «Издательский Дом «АФС», на 7 л. [54];

- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама на ТВ и радио: Виды номенклатуры: Журнал «ELLE», на 7 л. [55];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама на радио; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE», на 16 л. [56];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Размещение роликов; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE», на 1 л. [57];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама в рамках кинофестиваля, фестиваль: Виды номенклатуры: Журнал «ELLE», на 2 л. [58];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама в Интернете; Видноменклатуры: Журнал «ELLE», на 11 л. [59];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Участие в выставке, ярмарке; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE», на 20 л. [60];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама в печати; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE», на 5 л. [61];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Рекламные брошюры, каталоги, открытки; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE», на 11 л. [62];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Наружная реклама; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE», на 1 л. [63];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Размещение рекламных материалов и информации: Виды номенклатуры: Журнал «ELLE», на 17 л. [64];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Презентация: Виды номенклатуры: Журнал «ELLE», на 58 л. [65];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Размещение роликов: Виды номенклатуры: Журнал «ELLE GIRL», на 8 л. [66];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама в печати; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE GIRL», на 1 л. [67];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама в рамках кинофестиваля, фестиваль: Виды номенклатуры: Журнал «ELLE GIRL», на 1 л. [68];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Участие в выставке, ярмарке; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE GIRL», на 1 л. [69];

- карточка счета 44. Расходы на продажу: Размещение рекламных материалов и информации; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE GIRL», на 34 л. [70];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Изготовление рекламного ролика; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE GIRL», на 3 л. [71];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама на ТВ и радио; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE GIRL», на 2 л. [72];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама в Интернете; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE GIRL», на 22 л. [73];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама на радио; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE GIRL», на 7 л. [74];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама на ТВ и радио; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DÉCOR», на 3 л. [75];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Изготовление рекламного ролика; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DÉCOR», на 2 л. [76];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама в рамках кинофестиваля, фестиваль; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DÉCOR», на 1 л. [77];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Участие в выставке, ярмарке; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DÉCOR», на 24 л. [78];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Реклама в печати; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DÉCOR», на 8 л. [79];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Наружная реклама; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DÉCOR», на 7 л. [80];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Размещение рекламных материалов и информации; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DÉCOR», на 26 л. [81];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Презентация; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DÉCOR», на 4 л. [82];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Презентация; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DELUXE», на 2 л. [83];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Участие в выставке, ярмарке; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DELUXE», на 2 л. [84];

- карточка счета 44. Расходы на продажу: Размещение рекламных материалов и информации; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE DELUXE», на 6 л. [85];
- карточка счета 44. Расходы на продажу: Размещение рекламных материалов и информации; Виды номенклатуры: Журнал «ELLE TRAVEL», на 1 л. [86];
- распечатка рейтингов «СМИ-Пресса» по результатам исследования «National Readership Survey», проведенного компанией TNS Gallup Media, за период март-июль 2005, на 9 л. [87];
- распечатка рейтингов «СМИ-Пресса» по результатам исследования «National Readership Survey», проведенного компанией TNS Gallup Media, за период май-октябрь 2006, на 11 л. [88];
- распечатка рейтингов «СМИ-Пресса» по результатам исследования «National Readership Survey», проведенного компанией TNS Gallup Media, за период март-июль 2007, на 11 л. [89];
- статья ««ELLE» и «VOGUE» напрасно посадили в одну лодку», на 8 л. [90];
- распечатка обзора рынка подростковой и молодежной прессы с ссылкой на данные TNS Gallup AdFact, на 4 л. [91];
- статья из издания «Коммерсант Online» от 14 августа 2007 года, на 2 л. [92];
- статья из издания «Известия» от 2 июня 2005 года, на 2 л. [93];
- статья из издания WPS от 19 августа 2005 года, на 2 л. [94];
- статья из издания «Ведомости» от 22 августа 2005 года, на 2 л. [95];
- статья из издания «ИА Состав» от 10 апреля 2006 года, на 1 л. [96];
- различные материалы, в которых упоминаются издания ELLE, из сетевого ресурса «Медиа Атлас» в рассматриваемый период, на 17 л. [97];
- статья из издания «Коммерсант» от 3 июля 2006 года, на 1 л. [98];
- статья из издания «Hello!» от 11 июля 2006 года, на 1 л. [99];
- статья из издания «РБК» от 20 июля 2006 года, на 1 л. [100];
- статья из издания «Who Is Who» от августа 2006 года, на 6 л. [101];
- статья из издания «Adme» от 31 августа 2006 года, на 1 л. [102];
- статья из издания «Курьер Печати», № 39, от 11 октября 2006 г., на 9 л. [103];

- статья из издания «Adme» от 27 мая 2007 года, на 1 л. [104];
- статья из издания «Adme» от 18 апреля 2007 года, на 1 л. [105];
- статья из издания «Антенна Телесемь» от 20 марта - 26 апреля 2007 года, на 1 л. [106];
- статья из издания WPS от 25 июня 2007 года, на 2 л. [107];
- статья из журнала «Эксперт», № 17, май 2005 года, на 8 л. [108];
- доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Российский рынок периодической печати», 2005 год, на 51 л. [109];
- доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Российский рынок периодической печати», 2006 год, на 61 л. [110];
- доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Российский рынок периодической печати», 2007 год, на 55 л. [111];
- блог, содержащий информацию об участии журнала «ELLE Décor» в выставке 2007г., на 4 л. [112];
- статья из издания «Adme» от 26 января 2007 года, на 2 л. [113];
- доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Российский рынок периодической печати», 2005 год, на 51 л. [114];
- решение Суда по интеллектуальным правам от 13.03.2014 по делу № СИП-9/2013, на 17 л. [115];
- Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 04.07.2014 по делу № СИП-9/2013, на 17 л. [116].

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты его подачи, 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 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.

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.

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 товарного знака «ELLE» по свидетельству №83647 на предмет возможности признания его общеизвестным товарным знаком на территории Российской Федерации с 01.09.2007 на имя заявителя в отношении товаров 16 класса МКТУ «печатные материалы, периодические издания, журналы», с учетом

представленных им документов [1 – 116], Экспертной комиссией было установлено следующее.

В заявлении указано, что журнал «ELLE» в результате интенсивного использования на территории Российской Федерации стал широко известным среди потребителей в отношении товаров 16 класса МКТУ «печатные материалы, периодические издания, журналы».

Заявитель является обладателем серии товарных знаков, содержащих словесный элемент «ELLE», и создателем широко известного в мире, в том числе в Российской Федерации, печатного издания «ELLE». В частности, к концу 2006 года по всему миру существовало 39 изданий журналов «ELLE», при этом ежемесячно продавалось по 6 миллионов экземпляров, из них 3,5 миллиона - в Европе, а ежемесячная читательская аудитория данного издания «ELLE» по всему миру составляет 23 млн. читателей в месяц.

Доходы от изданий журнала «ELLE» по всему миру составляли 435 миллионов евро в 2005 году, 454 миллионов евро в 2006 году, 461 миллионов евро в 2007 году [1].

Товарный знак «ELLE» входит в число 300 самых известных товарных знаков Европы [2], он был признан общеизвестным во Франции в отношении журналов о моде [3], признан одним из самых известных и наиболее часто копируемых знаков в Индонезии [4], Южной Корее [5], и Японии [6].

Первый номер журнала «ELLE» вышел в Российской Федерации в апреле 1996 года [7]. Открытая подписка на журнал «ELLE» на территории Российской Федерации в 1998 году подтверждается соответствующей рекламой в журнале «Счастливые родители» за март 1998 года [12].

На дату (01.09.2007), с которой испрашивается признание товарного знака «ELLE» по свидетельству № 83647 общеизвестным товарным знаком, тираж издания журнала «ELLE» согласно данным, представленным рекламным агентством Lagardere, на территории России составлял 275 385 экземпляров, журнал продавался в 22 500 розничных точках по всей России [13]. В 2007 году в среднем ежемесячно в России было куплено 102 000 экземпляров журнала «ELLE»,

в 2006 - 98 000 экземпляров, при этом, в розницу (не по подписке) в 2007 году в среднем в месяц покупалось 99 000 экземпляров (в 2006 - 95 000), общее количество рекламных страниц (показатель, характеризующий значимость журнала для рекламодателей) в 2007 году составило 2 235 (в 2006 - 1 794), и доходы от продаж журнала в России в 2007 году составили 30 241 000 евро (в 2006 - 21 448 000 евро) [14].

В соответствии со сведениями [13, 14, 20] территория распространения российского издания журнала «ELLE» охватывает многие города различных федеральных округов Российской Федерации.

С 1999 года по 2007 год в рекламу изданий «ELLE» в Российской Федерации были вложены значительные денежные средства.

В частности, в среднем в 2005 и 2006 годах ежегодно в рекламу журналов «ELLE» вкладывалось около 1,3 миллионов евро [20]. Реклама размещалась в иных периодических изданиях (например, журнал «Parents» (Счастливые родители), журнал Premiere, журнал Psychologies) [28, 62]), на телевидении (в 2005 году - СТС; в 2006 - ОРТ, РТР, СТС, НТВ, ТНТ Москва), на радио (в 2005 году - Русское радио, Love-радио; в 2006 году – Русское радио, Love радио, Радио Монте Карло, радио Серебряный дождь) [21, 23].

В приложениях [55, 56] отражены расходы, связанные с оказанием услуг сторонних организаций по размещению рекламы журнала «ELLE» на радио и телевидении. Осуществление договорных обязательств об оказании услуг, отраженных в указанных приложениях, подтверждается Приложениями [41, 42, 43]. В приложении [57] отражены расходы на услуги сторонних организаций по размещению роликов перед киносеансами в марте 2007 года и в июле 2007 года. В приложении [58] отражены расходы, связанные с участием в фестивалях «Золотая маска», «Кинотавр», «Сати Спивакова Приглашает». В приложении [59] отражены расходы, связанные с изготовлением различных рекламных видео- и радио-роликов.

В приложении [60] отражены расходы, связанные с рекламой журнала «ELLE» в сети Интернет. В Приложении [64] отражены затраты на размещение

наружной рекламы в Москве, г. Самара, г. Екатеринбург, г. Новосибирск, Санкт-Петербурге.

Представленные документы подтверждают, что на рекламу журнала «ELLE» согласно данным 44 счетов в период 01.01.2005 по 01.09.2007 было потрачено 124 139 571 рублей 56 копеек.

В 2006 году был запущен Интернет-портал www.elle.ru [25, 29], где можно было узнать всю информацию о журнале «ELLE». Аудитория этого Интернет-сайта стремительно возросла в течение 2007 года: в январе 2007 года было просмотрено 111 000 страниц, зафиксировано 14 000 индивидуальных пользователей (с одного IP адреса) [30], к октябрю 2007 года количество посетителей в месяц достигло 429000 индивидуальных пользователей, было просмотрено 1 749 000 страниц.

Осведомленность потребителей о товарном знаке «ELLE» поддерживается за счет организации развлекательных мероприятий в области моды (например, упоминание об организации журналом «ELLE» вечеринки Rockabilly Ball на кинофестивале «Кинотавр») [31], а также использованием этого обозначения правообладателем для очень широкого круга товаров других классов, связанных с модой, определенным стилем жизни, досугом [32, 33, 34].

Все журналы «ELLE» на территории Российской Федерации были изначально зарегистрированы и издавались компанией ООО «Ашет Филиппачи Шкулев» совместно с заявителем - компанией Ашет Филиппачи Пресс С.А., что подтверждается информацией на соответствующих страницах журналов «ELLE», [18]. При этом способы размещения товарного знака на страницах журнала, способы его продвижения и рекламы, а также значительная часть медиаматериалов, в том числе, фотографий, размещенных в журналах, устанавливались или строго регламентировались правообладателем.

Согласно проведенному социологическому опросу, товарный знак «ELLE» по свидетельству № 83647 известен подавляющему большинству респондентов (74%), при этом 45% всех опрошенных познакомились с ним в период между 1995 и 1999 годами, 9% - в 2000 – 2004 годах, а 6% - в 2005- 2007 годах, то есть, в 2007

году с данным знаком уже было знакомо 60% населения [38]. Наибольший процент потребителей ассоциирует данный товарный знак именно с правообладателем - компанией Ашет Филиппачи Пресс С.А. (41%). При этом 56% потребителей без подсказки вспомнили, что данный товарный знак используется для журналов и других печатных материалов, а при наличии подсказки 62% потребителей подтвердили, что знают журнал «ELLE».

Следует отметить, что каждый читатель журнала «ELLE» всегда имеет возможность ознакомиться с его выходными данными в каждом номере.

Экспертной комиссией также принято во внимание представленные судебные решения [115, 116], согласно которым судом был сделан вывод о том, что журнальная продукция, производимая заявителем или лицами, действующими с его согласия, с использованием товарного знака «ELLE», известна широкому кругу потребителей.

Принимая во внимание изложенные выше фактические обстоятельства, Экспертная комиссия пришла к выводу об общеизвестности на территории Российской Федерации на 01.09.2007 принадлежащего заявителю товарного знака по свидетельству № 83647 в отношении товаров 16 класса МКТУ «журналы».

Необходимо отметить, что приведенная в заявлении формулировка товаров 16 класса МКТУ «печатные материалы, периодические издания» представляет собой широкое родовое понятие, которое может подразумевать различные виды товаров. В частности, печатные материалы – это альманахи, атласы, билеты, бланки, буклеты, газеты, календари, книги, марки почтовые, справочники и т.д. К периодическим изданиям по определению Закона РФ "О средствах массовой информации" от 27 декабря 1991 г. относятся "газеты, журналы, альманахи, бюллетени, иные издания, имеющие постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год". Однако представленные документы свидетельствуют о том, что заявитель осуществляет выпуск исключительно журналов. В связи с чем, Экспертная комиссия пришла к выводу о том, что заявление подлежит удовлетворению в отношении не всех товаров, указанных в заявлении, а только в отношении товара «журналы».

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

удовлетворить заявление, поступившее 22.10.2012, и признать товарный знак «ELLE» по свидетельству № 83647 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.09.2007 на имя Ашет Филиппачи Пресс С.А., 149 рю Анатоль Франс, 92534, Леваллуа-Перре, Седекс, Франция в отношении товаров 16 класса МКТУ «журналы».